

Mediengesellschaft und Nachkriegsmoderne

Eine Professionsgeschichte des Architekten zwischen 1950–1980 in Großbritannien und den Vereinigten Staaten von Amerika

Dissertation zur Erlangung des angestrebten
akademischen Grades Dr. phil.
im Fachbereich Gesellschafts- und Geschichtswissenschaften
Technische Universität Darmstadt

vorgelegt durch
Dipl.-Ing., M.A. Sina Keesser
am 28. Juni 2018

Disputation
am 28. November 2019

Erstgutachter:
Prof. Dr. Dieter Schott, Institut für Geschichte
Technische Universität Darmstadt

Zweitgutachterin:
Prof. Dr. Christiane Salge, Institut für Kunstgeschichte
Technische Universität Darmstadt

Keesser, Sina: Mediengesellschaft und Nachkriegsmoderne. Eine Professionsgeschichte des Architekten zwischen 1950–1980 in Großbritannien und den Vereinigten Staaten von Amerika.
Technische Universität Darmstadt
Jahr der Veröffentlichung der Dissertation auf TUpriints: 2019
URN: urn:nbn:de:tuda-tuprints-92672
Tag der mündlichen Prüfung: 28.11.2018

Veröffentlicht unter CC BY-NC-ND
<https://creativecommons.org/licenses>

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| 1 Einleitung: Selbstbild und Medienverständnis der Architekturprofession..... | 5 |
| 1.1 Historischer Kontext der ‚Architektenkrise‘ | 13 |
| 1.2 Forschungsmethode, Fallbeispiele und Aufbau der Arbeit..... | 18 |
| 1.3 Quellenlage..... | 21 |
| 2 Forschungsstand..... | 27 |
| 2.1 Mediengeschichte: Mediengesellschaft und mediale Öffentlichkeit..... | 27 |
| 2.2 Architekturgeschichte: Architektur und Repräsentation..... | 31 |
| 2.3 Professionsgeschichte: Das Selbstverständnis von Architekten als Profession..... | 35 |
| 2.3.1 Professionskulturen in Großbritannien und den USA bis 1900..... | 39 |
| 2.3.2 Gemeinwohlorientierung der Professionen 1900-1970..... | 43 |
| 2.3.3 Neoliberale Kritik an den Professionsprivilegien..... | 46 |
| 3 Werbeverbot von Architekten am Beispiel des Royal Institute of Architects (RIBA), 1923–1986..... | 49 |
| 3.1 Ehrenkodex des RIBA – Integrität, Objektivität, Kollegialität..... | 50 |
| 3.1.1 Werbeverbot im Ehrenkodex des RIBA..... | 54 |
| 3.2 Britische Ablehnung gegenüber der Werbebranche..... | 56 |
| 3.3 Regulierung der Selbstdarstellung von Architekten durch das RIBA..... | 60 |
| 3.3.1 Baustellenschilder, Büroschilder und „unostentatious manner“..... | 61 |
| 3.3.2 Annoncen und Inserate in Fach- und Laienpresse..... | 65 |
| 3.3.3 Kleinanzeigen als Form der Auftragsakquise..... | 69 |
| 3.4 Position freiberuflicher Architekten im RIBA..... | 70 |

| | | |
|-------|---|----|
| 3.4.1 | Flugblätter, Rundschreiben und Initiativbewerbungen..... | 71 |
| 3.4.2 | Dominanz der Baubeamten..... | 74 |
| 3.4.3 | Das Werbeverbot als Wettbewerbshindernis..... | 77 |
| 3.4.4 | <i>Architects' Registration Council of the UK (ARCUK)</i> | 79 |
| 3.5 | Einfluss des Werbeverbots auf die Publizität von Architektur..... | 83 |
| 3.5.1 | Beschränkungen zur Publikation von Architekturzeichnungen..... | 83 |
| 3.5.2 | Werbeverbot als Bedrohung der Kunstfreiheit..... | 85 |
| 3.5.3 | Fernsehverbot für Architekten..... | 90 |
| 3.6 | Öffentlichkeitsarbeit des RIBA..... | 93 |
| 3.6.1 | Malcom MacEwen als <i>Chief Information Officer</i> | 94 |
| 3.6.2 | Lockerung des Werbeverbots zugunsten der Öffentlichkeitsarbeit..... | 99 |

4 Architektur in der Tagespresse

| | | |
|-------|---|------------|
| | am Beispiel des Barbican in London und der Boston City Hall..... | 103 |
| 4.1 | Die <i>Times</i> als ‚Produktionsort‘ des Barbican in London , 1953-1957..... | 105 |
| 4.1.1 | Unklare Planungshoheit: <i>London County Council</i> (LCC) und <i>Corporation of London</i> (COL)..... | 107 |
| 4.1.2 | Das „New Barbican“ in den Leserbriefen der <i>Times</i> | 112 |
| 4.1.3 | Konkurrierende Planungskonzepte in der Presse: „Piecemeal“ – „Comprehensive“ – „Large-Scale“..... | 116 |
| 4.1.4 | Einfluss der Presse auf die Planungsbehörden..... | 120 |
| 4.1.5 | Konkurrierende Planungen von LCC und COL..... | 127 |
| 4.1.6 | Presse als ‚Produktionsort der Architektur‘..... | 133 |
| 4.2 | Die Boston City Hall als Medienspektakel, 1950-1969..... | 137 |
| 4.2.1 | „The New Boston“ als Urban Renewal Projekt..... | 139 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 4.2.2 | Beteiligte Planungsbehörden und Beauftragung externer Experten..... | 142 |
| 4.2.3 | Öffentlichkeitsarbeit als Teil des Planungsprozesses..... | 148 |
| 4.2.4 | Vorbereitung des Architekturwettbewerbs..... | 155 |
| 4.2.5 | Der Architekturwettbewerb als Medienspektakel..... | 160 |
| 4.2.6 | Eröffnung des Baus und sein Status als „Ugliest Building of the World“..... | 166 |
| 5 | Öffentlichkeitsarbeit der Professionsorganisationen von Architekten am Beispiel des <i>American Institute of Architects</i> (AIA), 1909–1978..... | 173 |
| 5.1 | Ehrenkodex des AIA – Einklang von Künstler und Unternehmer..... | 174 |
| 5.1.1 | Zusammenhang von Werbeverbot und Öffentlichkeitsarbeit..... | 179 |
| 5.2 | Problematisierte Werbeformate..... | 181 |
| 5.2.1 | Baustellenschilder, Briefköpfe, Broschüren und Presseberichte..... | 182 |
| 5.2.2 | Glückwunschbekundungen - „congratulatory advertising“..... | 185 |
| 5.2.3 | Striktes Verbot von Architektenporträts..... | 188 |
| 5.2.4 | Kritiker und Befürworter des Werbeverbots..... | 193 |
| 5.3 | Das AIA als Interessenverband freiberuflicher Architekten..... | 195 |
| 5.3.1 | Lobbyarbeit des AIA auf nationaler und regionaler Ebene..... | 196 |
| 5.3.2 | Öffentlichkeitsarbeit als Bestandteil einer Unternehmenskultur..... | 202 |
| 5.4 | Stellenwert der PR-Branche in den USA und für das AIA..... | 206 |
| 5.5 | Öffentlichkeitsarbeit als Ausdruck professioneller Selbstdarstellung..... | 210 |
| 5.5.1 | <i>Ketchum Inc.</i> – „Internal Public Relations“..... | 211 |
| 5.5.2 | Weiterbildungsangebote für Architekten zur Öffentlichkeitsarbeit..... | 214 |
| 5.6 | Pressearbeit und ‚Spin Doctors‘..... | 219 |

| | |
|--|------------|
| 5.6.1 Produktion von Filmmaterial..... | 220 |
| 5.6.2 <i>Henry Kaufman & Associates</i> – „National Public Relations“..... | 222 |
| 5.6.3 Architekturseminare für Journalisten..... | 227 |
| 5.7 Werbeanzeigen als Teil einer Imagekampagne für Architekten..... | 229 |
| 5.7.1 Werbestrategien der Konkurrenz..... | 230 |
| 5.7.2 Werbepraktiken der Konkurrenz – „Package Dealer“..... | 232 |
| 5.7.3 <i>Doremus & Company</i> – „The War on Community Ugliness“..... | 236 |
| 5.7.4 <i>Case & McGrath Inc.</i> – Imagekampagne für Architekten..... | 238 |
| 6 Fazit: Massenmedien und ihre Relevanz für Architekten..... | 243 |
| 6.1.1 Werbeverbot als Indikator einer sich wandelnden ‚Medienpraxis‘ | 244 |
| 6.1.2 Öffentlichkeitsarbeit als Reaktion auf die ‚Architektenkrise‘ | 249 |
| 6.1.3 Architekten als ‚Bildproduzenten‘ in der Tagespresse..... | 253 |
| Abkürzungsverzeichnis..... | 259 |
| Quellenverzeichnis..... | 261 |
| Archivquellen..... | 261 |
| Werbeanzeigen..... | 264 |
| Zeitungs- und Zeitschriftenbeiträge..... | 264 |
| Literaturverzeichnis..... | 271 |

1 Einleitung: Selbstbild und Medienverständnis der Architekturprofession

Das Selbstbild von Architekten¹ zu Beginn des 20. Jahrhunderts ist auf eindrückliche Weise in der Fassade des *Royal Institute of British Architects* (RIBA) in London versinnbildlicht – also in einer Architektur, die von Architekten für Architekten geschaffen wurde. An West- und Südfront des 1934 fertiggestellten Eckgebäudes befinden sich jeweils mehrere Skulpturen des Bildhauers Edward Bainbridge Copnall. Die Ikonographie verweist auf alle wichtigen Konstanten des Selbstverständnisses der Architektenschaft. Zunächst erzählt uns die Figurengruppe der Südseite von den historisch gewachsenen Traditionen der Architekturpraxis. Der Architekt nimmt dort eine zentrale Position zwischen Bildhauer, Maler, Handwerker und Mechaniker ein, wobei die Künstler direkt neben dem Architekten aufgestellt sind, während die Techniker weiter außen angeordnet wurden. Diese Aufstellung verweist nicht nur auf die einzelnen Arbeitsfelder, denen sich der Architekt verpflichtet sieht. Gleichzeitig wird dabei auch eine Wertung vorgenommen, indem die Künste in unmittelbare Nähe gerückt und eine Distanz zur Technik hergestellt wird. Diese Anordnung entspricht dem gängigen Blick auf die Geschichte des Architektenberufs, der sich im Mittelalter zunächst als Handwerksmeister und Baumeister hervortat, um sich dann in der frühen Neuzeit von schmutziger Arbeit und Baustelle zu befreien, indem er sich als Künstler am Zeichentisch und Theoretiker im Kreise von Mäzenen und Gelehrten neu erfand.² Diesen sozialen Aufstieg vom Handwerker zum Künstler vollzogen Architekten gemeinsam mit ihren Wegbegleitern aus der Malerei und Bildhauerei. Da sich in einem Bauwerk all diese Tätigkeitsbereiche vereinten, kam dem Architekten eine Sonderstellung zu, denn ihm oblag es, den Gesamtüberblick zu wahren, das Projekt in allen Details zu entwerfen und die einzelnen Arbeiten zu koordinieren.

Über diesen Status gibt die Westfassade desselben Gebäudes Aufschluss, wo sich der Haupteingang befindet. Dort ragt hoch über dem Eingangsportal die in Stein gehauene Figur des Architekten, zu seinen Füßen befindet sich sein bauliches Werk. Sein Blick

1 Die vorliegende Arbeit bedient sich vorwiegend der maskulinen Form „Architekt“. Diese Entscheidung resultiert aus der Tatsache, dass Untersuchungszeitraum und Quellenbestand so stark von männlichen Vertretern des Berufsstandes dominiert sind, dass es an Zynismus grenzen würde, von Architekt*innen zu sprechen.

2 Günther, Hubertus: Der Architekt in der Renaissance, in: Nerdinger, Winfried (Hg.): Der Architekt. Geschichte und Gegenwart eines Berufsstandes, München 2013, S. 81–104; Engelberg, Meinrad von: Weder Handwerker noch Ingenieur. Architektenwissen der Neuzeit, in: Dülmen, Richard /Rauschenbach, Sina (Hgg.): Macht des Wissens. Die Entstehung der modernen Wissensgesellschaft, Köln 2004, S. 241–272; Binding, Günther: Meister der Baukunst. Geschichte des Architekten- und Ingenieurberufes, Darmstadt 2004; Ricken, Herbert: Der Architekt. Geschichte eines Berufs, Berlin 1977; Ettlinger, Leopold D.: The Emergence of the Italian Architect During the Fifteenth Century, in: Kostof, Spiro: The Architect. Chapters in the History of the Profession, New York 1977, S. 180-208.

wiederum ist gen Himmel gerichtet. Unterhalb des Architekten stehen zwei weitere Figuren auf Säulen, die das Eingangsportal flankieren. Auch sie richten ihren Blick nach oben, scheinen gar die Haltung des Architekten nachzuahmen, schauen jedoch nicht in die unendlichen Weiten, sondern vielmehr den Architekten an. Was der Architekt im Himmel sieht, scheinen sie also im Architekten selbst zu entdecken. Eine sich aufdrängende Interpretation wäre die von der Hybris des Architekten, der in Gott den ersten Baumeister und in sich selbst seinen irdischen Vertreter sieht. Ebenfalls könnte die Körperhaltung des Architekten auf seine von Gott eingegebene Schöpferkraft und Kreativität verweisen.

Diese Deutungen würden meiner Ansicht nach jedoch zu kurz greifen, denn der entscheidende Aspekt liegt meines Erachtens weniger in der Bezugssetzung zum Göttlichen, als im generellen Verweis auf eine höhere Instanz. Denn die Stellung des Architekten – so meine These hier – ergibt sich nicht allein aus seiner Leistung, sondern auch aus dem jeweiligen politischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Kontext. Denn letztlich ist es nicht allein die Architektenschaft, die über die ästhetische Qualität ihrer Werke entscheidet. Es bedarf auch einer höher stehenden Instanz, die diese Einschätzung teilt und bestätigt – sei es ein Herrscher, der Staat oder die Bevölkerung. Voraussetzung für das kreative Schaffen von Architekten ist eine von außen kommende Anerkennung beispielsweise in Form eines Patronagesystems, staatlicher Privilegien oder wirtschaftlichen Erfolgs. Aus dieser Perspektive heraus lässt sich die soziale Stellung des Architekten in jeder beliebigen historischen Epoche beschreiben, wenngleich die Bezugspunkte jeweils andere waren.

In der Entstehungszeit des RIBA-Gebäudes waren gleich mehrere solcher Bewertungsinstanzen wirkmächtig. Als Freiberufler agierten Architekten seit dem 19. Jahrhundert auf einem freien Markt, der über ihren Erfolg entschied und somit als erste Instanz verstanden werden kann. In Großbritannien hatten sich Architekten mit früher Industrialisierung und Urbanisierung schon seit Beginn des 19. Jahrhunderts in einer solchen Marktsituation befunden.³ In Deutschland tauchten freiberufliche Architekten beispielsweise erst während der Gründerzeit auf.⁴

Mit der Positionierung auf einem freien, aber auch umkämpften Markt wurden im frühen 20. Jahrhundert Strategien der „Arbeitsmarktsicherung“⁵ wichtiger, für die sich

3 Wilton-Ely, John: The Rise of the Professional Architect in England; in: Kostof, Spiro: The Architect. Chapters in the History of the Profession, New York 1977, S. 180-208, S. 193.

4 Vgl. Bolenz, Eckhard: Vom Baubeamten zum freiberuflichen Architekten. Technische Berufe im Bauwesen, Frankfurt am Main 1991, S. 290

5 Ebd., S. 253.

Professionsorganisationen wie das RIBA einsetzten. Ein entscheidender Aspekt stellte dabei der Schutz des Architektentitels dar. Ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu diesem Ziel war mit der Gründung des *Architects' Registration Council of the United Kingdom* (ARCUK) nur drei Jahre vor Eröffnung seines RIBA-Hauptsitzes vollzogen.⁶ Als zweite Legitimationsinstanz für Architekten kann daher der Rechtsstaat gelten, der in den 1930er Jahren erstmals die Verwendung des Architektentitels beschränkte und RIBA-Mitgliedern damit eine Marktabsicherung zugestand.

Der Marktorientierung war ein „Verlust des Bauherrn“⁷ vorausgegangen, denn der in Architekturfragen gebildete Adel war als bislang wichtigster Auftraggeber sukzessive vom industriellen Unternehmer abgelöst worden. In dieser Situation definierten Architekten ihre Rolle als „Anwalt des Bauherrn“⁸, dessen Interessen sie im Bauprozess vertraten. Mit der Zunahme öffentlicher Bauprojekte im 20. Jahrhundert wurde diese Vorstellung von der Anwaltsfunktion auf die gesamte Gesellschaft bezogen.⁹ Mit dem Verweis auf die Gemeinwohlverpflichtung des eigenen Berufsstands folgten Architekten dem Beispiel von Anwälten oder Ärzten, um nun selbst den Status einer Profession und die damit einhergehenden staatlich abgesicherten Privilegien zu erhalten. Zumindest formal wurde damit aber auch die breite Masse der Bevölkerung als Meinungsinstanz akzeptiert.

Daraus leitet sich der Anspruch der vorliegenden Arbeit ab, den Einfluss von Populär- und Massenmedien auf die Architekturpraxis zu untersuchen. Einerseits drückt sich in ihnen die öffentliche Meinung aus. Andererseits wird mit ihrer Hilfe auch auf sie eingewirkt und so über den sozialen Status von Architekten mitentschieden. Dabei vertrete ich die These, dass sich im Laufe des 20. Jahrhunderts eine spezifische ‚Medienpraxis‘ von Architekten herausbildete. Nach meinem Dafürhalten zeigt sich in der Fassade des RIBA-Gebäudes nicht nur das Selbstbewusstsein marktwirtschaftlich erfolgreicher Architekten, die sich von der Kontrolle adliger Mäzenen befreit hatten, mit staatlichen Privilegien ausgestattet waren und hohes Ansehen genossen. Hier drückt sich meiner Ansicht nach auch ein für die 1930er Jahre zeittypisches ‚Medienverhältnis‘ aus, das sich grundlegend vom dem der 1980er Jahre unterschied.

6 Der ARCUK wurde im Zuge des Architects' Registration Act von 1931 gegründet. Mit ihm war eine unabhängige Institution der Lizenzvergabe geschaffen, die wiederum Voraussetzung für den Architects' Registration Act von 1938 war. Mit ihm wurde das Lizenzvergabesystem schließlich etabliert und fortan duften sich nur noch beim ARCUK registrierte Mitglieder den Titel ‚Architect‘ tragen. Vgl.: Mace, Angela: *The Royal Institute of British Architects. A Guide to Its Archive and History*, London/New York 1986, S. xx.

7 Ricken 1977, S. 90.

8 Ebd., S. 112; Bolenz 1991, S. 216.

9 Ricken 1977, S. 129.

Nachvollziehen lässt sich ein solcher Entwicklungsprozess auf prägnante Weise anhand des Werbeverbots für Architekten. Als Bestandteil des RIBA-Ehrenkodexes hatte es seit 1923 für alle Mitglieder des RIBA Verbindlichkeit und forderte ihnen eine „unostentatious manner“¹⁰ im Umgang mit Massenmedien ab. Eine solche Zurückhaltung legte das Hauptquartier des RIBA freilich nicht an den Tag. Während sich Architekten dort in gottgleicher Pose inszenierten, galt ein gleichermaßen großtuerisches Gebaren in den Medien als völlig inakzeptabel. Verstöße konnten zum Entzug der Mitgliedschaft und des Architektentitels führen, wobei heute gängige Praktiken öffentlicher Selbstdarstellung teils bemerkenswert restriktiv gehandhabt wurden. Die entsprechenden Regelungen wurden bis zu ihrer Abschaffung im Jahr 1986 kontinuierlich ausgeweitet und beständig überarbeitet. So manifestiert sich im Werbeverbot, dem der erste Hauptteil dieser Arbeit gewidmet ist, ein spezifisches Medienverhältnis, das zunächst Bauwerke als einzig legitimes Kommunikationsmedium betrachtete. Dieser Grundsatz wurde in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts im Kontext einer wachsenden Bedeutung von Presse, Rundfunk und Fernsehen zunehmend fragwürdig. Insbesondere eine junge Generation von Architekten forderte daher die Abschaffung des Werbeverbots und Revision des tradierten Ehrverständnisses.

Gerade für noch nicht etablierte Architekten bargen Massenmedien großes emanzipatorisches Potential, insofern sie es ermöglichten, auch ohne konkreten Bauauftrag am Architekturdiskurs teilzunehmen. Während Architekturzeitschriften in dieser Hinsicht bereits gut erforscht sind,¹¹ gilt dies weniger für Zeitungen als klassisches Massenmedium. Im zweiten Hauptteil der Arbeit wird deshalb die Tagespresse und ihr Einfluss auf öffentliche Debatten über Architektur untersucht. Auf lokaler Ebene und aus stadthistorischer Perspektive werden dabei zwei exemplarische Nachkriegsbauten analysiert – das Barbican in London und die Boston City Hall. Der Fokus liegt dabei jeweils auf ihrer frühen Planungsphase in den 1950er bzw. 1960er Jahren. Von Interesse ist an dieser Stelle nicht das gebaute Endergebnis als vielmehr die vorgelagerten, auch medial geführten Aushandlungsprozesse. So werden Presseberichte und Leserbriefe abgeglichen mit Sitzungsprotokollen der hinter dieser öffentlichen Kulisse agierenden Planungsbehörden. Dabei wird zum einen deutlich, welchen Einfluss die Presse auf Planungsentscheidungen ausüben konnte. Zum anderen drängt sich der Schluss auf, dass

10 Suggestions Governing the Professional Conduct and Practice of Architects, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1923, S. 76.

11 Siehe Fußnote 17.

(insbesondere freiberufliche) Architekten möglicherweise explizit aufgrund ihrer Kompetenz als ‚Bildproduzenten‘ gefragt waren. Denn mit ihren Architekturzeichnungen konnte besonders medienwirksam auf lokale Planungsdebatten eingewirkt wie auch besonders effektives Stadtmarketing betrieben werden.

Das dritte Hauptkapitel widmet sich der Öffentlichkeitsarbeit des *American Institute of Architects* (AIA). Bei einem direkten Vergleich fallen zunächst große Gemeinsamkeiten zum britischen Pendant auf. Auch der Ehrenkodex des AIA beinhaltete ein Werbeverbot, das 1909 erstmals verschriftlicht und 1980 abgeschafft wurde. Dabei verbat sich auch das AIA ein Auftreten seiner Mitglieder, das „obtrusively“¹² vollzogen werde. Bereits 1920 räumte das AIA der „publicity“ aber auch einen klaren Vorrang gegenüber dem Werbeverbot ein. In dieser Hinsicht stellt das AIA und die von ihm propagierte Medienpraxis die Antithese zum RIBA dar, auch wenn sich ihre Strategien im Verlauf des untersuchten Zeitraums bis 1980 sukzessive angleichen. Während das RIBA zunächst in aller Vehemenz an seinem tradierten Professionsverständnis festhielt und sich darum bemühte, als britische „gentlemen’s professions“ Distanz zu Populärmedien zu halten, suchte das AIA bereits viel früher, nach allen Kräften auf die öffentliche Meinung über Architektur einzuwirken.

Versinnbildlicht ist diese Haltung des AIA ebenfalls in dessen 1973 eröffneten Hauptquartier in Washington. So schmückt sich das Gebäude mit einer ‚Wall of Fame‘, die alle Architektenporträts zeigt, die es im Laufe des 20. Jahrhunderts auf das Titelblatt des *Time Magazine* schafften. Dies verdeutlicht, welche Signifikanz der Zeitschrift im Besonderen und Massenmedien im Allgemeinen zukommt.¹³ Der Status des Berufsstands wird an dieser Stelle offenbar nicht nur am architektonischen Werk festgemacht, sondern an der Wertschätzung von Populärmedien gemessen. Hier offenbart sich meines Erachtens eine Haltung zu Massenmedien, die in deutlichem Gegensatz steht zur Position, die von den Professionsorganisationen noch zu Beginn des 20. Jahrhunderts vertreten wurde, die für die heutige Architekturpraxis aber durchaus charakteristisch ist.

So wurde die vorliegende Arbeit zu einem nicht geringen Anteil durch die gegenwärtige Omnipräsenz von Medien im Architekturdiskurs angeregt. Ein Beobachter der aktuellen Architekturszene kann leicht den Eindruck gewinnen, im Zentrum des Interesses stünden

12 A Circular of Advice Relative to Principles of Professional Practice and the Canons of Ethics, Abschnitt 12 und 13, in: AIA (Hrg.): *The Handbook of Architectural Practice*, Washington 1920, S. 107.

13 Vgl.: Drummond, Alanya: *Architects on the Cover of Time Magazine*, in: *The International Journal of the Image* 2 (2012/1), S. 83–97, S. 84.

gar nicht die produzierten Bauten, sondern vielmehr deren Publikationen. Insbesondere für Architekten selbst hat die Veröffentlichung ihrer Projekte einen derart hohen Stellenwert, dass sie dem eigentlichen Bau gar den Rang abzulaufen scheinen. Im Vorwort zu einem Handbuch, das Architekten Hilfestellung bei der Öffentlichkeitsarbeit gibt, unterstellt der Architekturkritiker der *Financial Times*, Edwin Heathcote, Architekten geradezu eine Obsession zur Publizität, wobei er sich auf fast zynische Weise über ihre Strategien äußert:

„Buildings are all very well but they are somehow only truly complete when they have appeared in a glossy mag. [...] A building with a manifesto is always more complete. However, you have to say something people want to hear. It doesn't, though, have to mean anything. [...] Within all the waffle, there has to be a few nuggets, something quotable which, while it may not actually say anything, will excite interest or propose something radical. This will make you famous. It may get you noticed. If it is combined with the creation of eye-catching (which doesn't necessarily mean garish) architecture, it might even get you work.“¹⁴

Der Anspruch der vorliegenden Arbeit liegt nun darin, die Herausbildung einer ‚Medienpraxis‘ von Architekten als historische Entwicklung zu beschreiben. Dem liegt die These zugrunde, dass der Berufsalltag von Architekten durch die steigende Bedeutung von Massenmedien im 20. Jahrhundert tiefgreifenden Veränderungen unterlag. Auf diese Tatsache weisen zahlreiche Forschungsergebnisse aus der Architekturgeschichte hin, die sich seit den späten 1980er Jahren verstärkt mit dem Verhältnis von Architektur und Medien beschäftigten. In der Regel lag der Fokus bislang entweder auf den Medienpraktiken individueller Architekten,¹⁵ auf der Medienrezeption einzelner Bauten,¹⁶ oder auf bestimmten Medienformaten wie Architekturzeitschriften,¹⁷ Büchern,¹⁸ Malerei,¹⁹

14 Heathcote, Edwin: Foreword, in: Iloniemi, Laura: *Is It All About Image?*, Chichester 2004, S. 6f.

15 Smet, Catherine de: *Le Corbusier, Architect of Books*, Baden 2007; Colomina, Beatriz: *Privacy and Publicity. Modern Architecture as Mass Media*, Cambridge 1994; Colomina, Beatriz: *L'Esprit Nouveau: Architecture and Publicité*, in: Colomina, Beatriz / Ockman, Joan (Hgg.): *Architecture-Re-Production*, New York 1988, S. 56–99; Colomina, Beatriz: *On Adolf Loos and Josef Hoffmann. Architecture in the Age of Mechanical Reproduction*, in: Risselda, Max (Hg.): *Raumplan versus Plan Libre. Adolf Loos and Le Corbusier 1919-1930*, New York 1988, S. 65–77.

16 Hill, Jonathan: *Mies van der Rohe. Photos of the Original Barcelona Pavilion*, in: Rattenbury, Kester (Hg.): *This Is Not Architecture. Media Constructions*, New York 2002, S. 86–90; Serraino, Pierluigi: *Framing Icons. Two Girls, Two Audiences. The Photographing of Case Study House #22*, in: Rattenbury 2002, S. 127–135.

Zeichnungen,²⁰ Fotografie²¹ oder Film.²² Dabei wird immer wieder eine Trias von Architekten, Bauten und Medien heraufbeschworen, die nach meinem Dafürhalten ein systemimmanentes Verhältnis kanonisiert, während politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen allzu oft unterbelichtet bleiben. Dieser Gefahr versucht die vorliegende Arbeit zu entgehen, indem sie mit den beiden Professionsorganisationen RIBA und AIA bewusst den Zugang über die Interessenvertretungen von Architekten sucht. Dies erlaubt es, Architekten als organisierte

-
- 17 Hubert, Hans W.: Überlegungen zu Materialität und Medialität von Architekturzeitschriften, in: Melters, Monika /Wagner, Christoph (Hgg.): Die Quadratur des Raumes. Bildmedien der Architektur in Neuzeit und Moderne, Berlin 2017, S. 44–61; Parnell, Steve: AR's and AD's Post-War Editorial Policies: The Making of Modern Architecture in Britain, in: The Journal of Architecture 17 (2012/5), S. 763–775; Froschauer, Eva M.: Architekturzeitschrift. Enzyklopädisches, spezielles, selektives und manifestierendes Wissen, oder: Architektur als vermittelte Mitteilung, in: Sonne, Wolfgang (Hg.): Die Medien der Architektur, München 2011, S. 275–301; Colomina, Beatriz /Buckley, Craig /Grau, Urtzi: Clip, Stamp, Fold. The Radical Architecture of Little Magazines, 196X to 197X, Barcelona/New York 2010; Froschauer, Eva M.: ‚An die Leser!‘. Baukunst darstellen und vermitteln: Berliner Architekturzeitschriften um 1900, Tübingen 2009; Vanlaethem, France /Jannière, Hélène /Sornin, Alexis: Revues d'architecture dans les années 1960 et 1970, Montréal 2008; Bouvier, Béatrice /Leniaud, Jean-Michel: Les périodiques d'architecture, XVIIIe-XXe siècle, Paris 2001; Hogben, Paul /Fung, Stanislaus: Reading Australian Architectural Journals as Historical Sources, in: Architectural Theory Review 2 (1996/1), S. 15–29; Lichtenstein, Susanne R.: Editing Architecture. ‚Architectural Record‘ and the Growth of Modern Architecture, 1928–1938, Ann Arbor 1990; Ockman, Joan: Resurrecting the Avant-Garde: The History and Program of Oppositions, in: Colomina/Ockman 1988, S. 180–199.
 - 18 Powers, Alan: The Architectural Book: Image and Accidenti, in: Rattenbury 2002, S. 157–173; Lipstadt, Hélène: Architectural Publications, Competitions, and Exhibitions, in: Blau, Eve /Kaufman, Edward /Evans, Robin (Hgg.): Architecture and Its Image. Four Centuries of Architectural Representation 1989, S. 109–137; Lipstadt, Hélène: The Building and the Book in Césaire's Revue Générale de l'Architecture, in: Colomina/Ockman 1988, S. 24–55.
 - 19 Garms, Jörg: Architekturcapriccio. Affirmatives und subversives Architekturstück in der frühen Neuzeit, in: Sonne 2011, S. 33–62; Meier, Hans-Rudolph: Annäherung an das Stadtbild, in: Beyer, Andreas /Burioni, Matteo /Grave, Johannes (Hgg.): Das Auge der Architektur. Zur Frage der Bildlichkeit in der Baukunst, Paderborn 2011, S. 93–113.
 - 20 Salge, Christiane: Von der Perspektivstudie zum Architekturbild. Friedrich Gilly und die Architekturzeichnung um 1800, in: Melters/Wagner 2017, S. 130–157; Meissner, Irene: Materialisierung der Ideen. Die Werkzeuge des Architekten, in: Nerdinger, Winfried (Hg.): Der Architekt. Geschichte und Gegenwart eines Berufsstandes, München 2013, S. 475–500; Payne, Alina: Architecture: Image, Icon or Kunst der Zerstreuung?, in: Beyer/Burioni/Grave 2011, S. 55–91; Barkhofen, Eva-Maria: Disegno. Der Architekt und die Zeichnung, in: Tchoban, Sergei /Barkhofen, Eva-Maria (Hgg.): Architekturwelten, Berlin 2010, S. 10–33, Johnston, George B.: Drafting Culture. A Social History of Architectural Graphic Standards, Cambridge 2008.
 - 21 Ott, Paul /Boeckl, Matthias: Photography About Architecture. Fotografie über Architektur, Wien 2012; Sachsse, Rolf: Architekturfotografie. Das analoge Bild der klassischen Moderne. Zur gegenseitigen Historisierung von Fotografie und Architektur im 19. und 20. Jahrhundert, in: Sonne 2011, S. 85–97; Sachsse, Rolf: Photographie als Medium der Architekturinterpretation. Studien zur Geschichte der deutschen Architekturphotographie im 20. Jahrhundert, München u.a. 2010; Elwall, Robert: Building With Light. The International History of Architectural Photography, London 2004; Ackerman, James S.: On the Origins of Architectural Photography, in: Rattenbury 2002, S. 26–36; Serraino, Pierluigi: Framing Icons. Two Girls, Two Audiences. The Photographing of Case Study House #22, in: Rattenbury 2002, S. 127–135; Sachsse, Rolf: Bild und Bau. Zur Nutzung technischer Medien beim Entwerfen von Architektur, Braunschweig/Wiesbaden 1997; Robinson, Cervin /Herschman, Joel: Architecture Transformed. A History of the Photography of Buildings from 1839 to the Present, New York/Cambridge 1987.

soziale Gruppe zu fassen. Damit lassen sich zum einen kollektive Praktiken ableiten, zum anderen ermöglicht der Blick auf Interessenvertretungen von Architekten, diese in ihrem ökonomischen, politischen und gesellschaftlichen Kontext zu verorten.

An diesem Ansatz gibt es berechtigte Zweifel, die hier nicht verschwiegen werden sollen. So wird den Professionsorganisationen gerade für die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts sinkender Einfluss bescheinigt. Der Bedeutungsverlust wird insbesondere anhand der zurückgenommenen Professionsprivilegien Ende der 1970er Jahre offenbar.²³ In dieser Entwicklung sieht Elliot eine unmissverständliche Aussage: „the ‚learned profession‘ were now considered businesses, and providing ‚professional services‘ was trade.“²⁴ Elliot ist des Weiteren der Meinung, dass das Konzept der Architekturprofession mit seiner „mystique of specialized and esoteric professional knowledge“²⁵ schlicht nicht mehr zeitgemäß gewesen sei. Woods stellt ihrerseits fest, dass die Professionsorganisationen im letzten Viertel des 20. Jahrhunderts ihre identitätsstiftende Rolle einbüßten und geht davon aus, diese Entwicklung habe parallel zum Aufstieg der architektonischen Postmoderne stattgefunden. Identifiziert hätten sich Studierende damals viel mehr mit den Universitäten, wo sie nun den gewünschten fachlichen Austausch fanden wie auch die entscheidenden Kontakte knüpften.²⁶ Die Versprechungen der Profession – Autonomie, ökonomischer Erfolg und sozialer Status – wirkten dagegen „increasingly hollow for many young architects at the end of the twentieth century“.²⁷

Auf den ersten Blick scheint die sinkende Bedeutung der Professionsorganisationen im Untersuchungszeitraum ein stichhaltiges Argument dafür zu liefern, einen professionsgeschichtlichen Ansatz abzulehnen. Nach meinem Dafürhalten ist es jedoch gerade der Kontext dieser Krisensituation, der die hier gewählte Forschungsperspektive fruchtbar werden lässt. So stellt die von Elliot und Woods konstatierte Legitimationskrise der Professionsorganisationen meiner Ansicht nach lediglich einen Teilaspekt einer sogenannten ‚Architektenkrise‘ der 1970er Jahre dar, die ihrerseits ein Forschungsdesiderat darstellt. So soll in der vorliegenden Arbeit geklärt werden, inwieweit

22 Stierli, Martino: Die ‚Er-Fahrung‘ der Stadt. Las Vegas, Film und der Blick aus dem Auto, in: Beyer/Burioni/Grave 2011; Keiller, Patrick: Architectural Cinematography, in: Rattenbury 2002, S. 37–44.

23 Siehe Kap. 2.3.3.

24 Elliot, Cecil D.: The American Architect from the Colonial Era to the Present, Jefferson 2003, S. 165f.

25 Ebd., S. 166.

26 Woods, Mary N.: From Craft to Profession. The Practice of Architecture in Nineteenth-Century America, Los Angeles 1999, S. 174.

27 Ebd., S. 175.

auch eine veränderte Medienpraxis von Architekten für die Überwindung dieser Krise verantwortlich war.

1.1 Historischer Kontext der ‚Architektenkrise‘

Die ‚Krise der Architektur‘ war zunächst einmal eine Reaktion auf die wirtschaftliche Lage. Auf den ‚Boom‘ der 1950er und 1960er Jahre folgte eine Rezession, die auch die Bauwirtschaft erfasste. Die Auftragslage freiberuflicher Architekten verschlechterte sich, die Arbeitslosigkeit unter angestellten Architekten stieg²⁸ und Karrierechancen für Architekturabsolventen in der Baupraxis verringerten sich.²⁹ Zudem unterlag die Berufspraxis tiefgreifenden Veränderungen. Vorfertigungstechniken und neue Baustoffe veränderten Bauablauf und Planungspraxis. Handwerksintensive Bauweisen wie der Mauerwerksbau und teure Materialien wie Stahl fanden immer seltener Anwendung.³⁰ Aus Effizienz- und Kostengründen bot sich dagegen der günstigere Beton an, der sich durch einfache Verarbeitung auszeichnete, so dass auf ausgebildete Handwerker weitestgehend verzichtet werden konnte. Durch Standardisierung und Modularisierung von Baukomponenten wurde nicht nur der Bauprozess vereinheitlicht und rationalisiert. Auch der Entwurfsprozess veränderte sich, da Standardkomponenten quasi aus dem Katalog ausgewählt werden konnten, was eine Anpassung an den Kontext des jeweiligen Ortes kaum noch nötig machte.³¹ Dies alles verringerte den Planungsaufwand und erhöhte gleichzeitig den Managementbedarf.³² Durch veränderte Bauprozesse erhielt der Architektenberuf somit eine verstärkt technisch-wissenschaftliche Ausrichtung. Darüber hinaus nahm auch die Größe der Bauprojekte kontinuierlich zu.³³ Damit erlebte das Bauwesen eine Zeit hoher Innovation, die in ihrer Intensität von keinem anderen Industriezweig erreicht wurde.³⁴

28 Feldhusen, Gernot: Zur Situation der freiberuflichen Architekten und ihrer Berufsorganisation, Kassel 1975.

29 Ursprung, Philip: Von der Rezession zur Stararchitektur und zurück. Der Architektenberuf seit den frühen 1970er Jahren, in: Nerdinger, Winfried (Hg.): Der Architekt. Geschichte und Gegenwart eines Berufsstandes, München 2013, S. 228–241, S. 230; Brake, Klaus /Scheffler, Ernst Ulrich (Hgg.): Traum Beruf: Architekt. Werkstattberichte aus Beruf und Ausbildung, Hamburg 1978, S. 12.

30 Addis, Bill /Bussell, Michael: Key Developments in the History of Concrete Construction and the Implications for Remediation and Repair, in: Susan Macdonald (Hg.): Concrete. Building Pathology, Oxford 2003, S. 15–105, S. 58.

31 Wall, Christine: An Architecture of Parts. Architects, Building Workers and Industrialization in Britain 1940-1970, New York 2013, S. 81.

32 Powell, Christopher: The British Building Industry Since 1800. An Economic History, London/New York 1996, S. 164.

33 Ebd., S. 162.

34 Ebd., S. 167.

Für Architekten veränderte sich damit der Arbeitsalltag erheblich und die Arbeitsbelastung stieg. Darüber hinaus erfuhren sie eine „severe crisis of social status“³⁵ mit der öffentlichen Bekanntgabe ihrer Einkünfte, die weit hinter denen anderer Professionen wie Ärzten, Anwälten und auch Ingenieuren lagen. Neben einer wirtschaftlichen Krise unterlag der Berufsstand daher in gewisser Weise auch einer ‚Identitätskrise‘. Architekten mussten sich nicht nur einem „ökonomischen und technologischen Wandel“³⁶ anpassen, sondern erlebten auch eine „Differenzierung unserer beruflichen Aufgaben nach konstruktiven, gestalterischen, organisatorischen Schwerpunkten“.³⁷ Die Praxis forderte Architekten ab, gleichzeitig Techniker, Künstler und Manager zu sein. Der Beruf war so heterogen geworden, dass nicht mehr ganz klar war, welche Kernkompetenz einen Architekten auszeichnete. Während Freiberufler mit kleineren Büros Mühe hatten, sich diesen Umständen anzupassen, expandierten „Mammut-Büros“.³⁸ Wirtschaftliche Situation und Auftragslage prägten den Berufsalltag von Architekten auf eine Weise, die ihnen im Allgemeinen wenig künstlerische Ausdrucksmöglichkeiten ließ. Ihre „architectural ideals were rather lost in the rush to build as much and as quickly as possible.“³⁹

Wenig Unterstützung brachte in dieser ohnehin schon misslichen Situation eine sich abzeichnende ‚Städtebaukrise‘, für deren Existenz sich nicht nur in der Schweiz „genügend beunruhigende Hinweise“⁴⁰ boten. Auch in Deutschland, Großbritannien oder den USA standen Abrissorgien und Nachkriegsplanungen in der Kritik. Ian Nairn gab sich seinem „Outrage“ hin,⁴¹ Jane Jacobs betrauerte den „Death of Great American Cities“,⁴² Wolf Jobst Siedler klagte die „Ermordung“⁴³ seiner Stadt an und Alexander Mitscherlich die „Unwirtlichkeit unserer Städte“.⁴⁴

Mit der Ölkrise von 1973 waren überdies die „Grenzen des Wachstums“⁴⁵ offenbar und Kritik am ungebremsen Wirtschaftswachstum laut geworden. In der Folge gerieten auch

35 Wall, Christine: *An Architecture of Parts. Architects, Building Workers and Industrialization in Britain 1940-1970*, New York 2013, S. 164.

36 Novotny, Fritz: *Architektur ohne Politik*, Stuttgart 1977, S. 9.

37 Ebd.

38 Feldhusen, Gernot: *Zur Situation der freiberuflichen Architekten und ihrer Berufsorganisation*, Kassel 1975, S. 73.

39 Addis/Bussell 2003, S. 58.

40 Eisinger, Angelus: *Die Stadt, der Architekt und der Städtebau. Einige Überlegungen zum Einfluss der Architekten und Architektinnen auf die Stadtentwicklung in der Schweiz in den letzten 50 Jahren*, Zürich 1999, S. 2.

41 Nairn, Ian: *Outrage*, in: *Architectural Review* 117 (1955), Themenheft.

42 Jacobs, Jane: *The Death and Life of Great American Cities*, New York 1961.

43 Siedler, Wolf Jobst: *Die gemordete Stadt*, Berlin 1964.

44 Mitscherlich, Alexander: *Die Unwirtlichkeit unserer Städte*, Frankfurt am Main 1965.

45 Meadows, Donella /Meadows, Dennis: *The Limits to Growth. A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*, New York 1972.

die ökologischen Nachteile der Nachkriegsbauten stärker ins Bewusstsein. Betriebskosten und Energiefragen hatten in den 1950er und 1960er Jahren kaum eine Rolle bei der Planung gespielt, ließen die ungedämmten Betonbauten nun aber teuer und ineffizient erscheinen. Schon länger verbreitet war ohnehin eine generelle Ablehnung des Baustoffs Beton, dem Seelenlosigkeit und Unmenschlichkeit zugeschrieben wurde.⁴⁶ In den entstandenen Bauten entdeckten Kritiker somit nicht die versprochene bessere Welt, sondern homogene Tristheit und rohe Materialien, die auch ihr Versprechen auf ewige Beständigkeit nicht einhalten konnten. Vielmehr alterten sie schnell und waren nach kürzester Zeit sanierungsbedürftig.

Ende der 1960er Jahre erlitten Architekten damit eine erhebliche ‚Imagekrise‘. In den 1940er Jahren waren Architekten noch Protagonisten von Heldengeschichten gewesen.⁴⁷ Stereotypisch galten sie damals als Individualisten und autonome Künstler, die ihre ästhetischen Grundsätze heroisch gegen Widerstände von Auftraggebern, Baugewerbe und Gesellschaft durchsetzten. Diese Charaktereigenschaft wurde zunächst als künstlerische Integrität gewertet. Ende der 1960er galt die gleiche Haltung als überheblich, paternalistisch und rücksichtslos. Obwohl die Autonomie und Entscheidungsmacht von Architekten durch Rationalisierung, Spezialisierung und Bürokratisierung der Planungspraxis in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts stark eingeschränkt war,⁴⁸ und die ungeliebten Nachkriegsplanungen Ergebnis komplexer Aushandlungsprozesse auch auf ökonomischer und politischer Ebene waren,⁴⁹ boten sich Architekten in dieser Situation als Feindbild an:

„That there is a crisis is sometimes overlooked by architects; full of passionate intensity, they seem oblivious or even contemptuous of the fact that much of their work is hated by the people who live with it; they tend to accuse the public of lack of taste for not appreciating the formal qualities of brutal and inhumane buildings which one can only assume to have been built for the admiration of other architects.“⁵⁰

46 Bonaker, Kathrin: Beton. Ein Baustoff wird Schlagwort. Geschichte eines Imagewandels von 1945 bis heute, Marburg 1996; Croft, Catherine: Concrete Architecture, London 2004, S. 11–23.

47 Vgl.: Rand, Ayn: The Fountainhead, New York 1943.

48 Wiesand, Andreas /Fohrbeck, Karla /Fohrbeck, Dorothea: Beruf Architekt. Eine zusammenfassende Darstellung und Interpretation der Berufswirklichkeit und Berufsgeschichte von Architekten, Stuttgart, Darmstadt 1984, S. 15.

49 Vgl.: Flinn, Catherine: Rebuilding Britain’s Blitzed Cities. Hopeful Dreams, Stark Realities, London/ New York 2019.

50 Shephard, Peter: Preface, in: MacEwen 1974, S. 5.

Dieses Zitat entstammt dem Vorwort des Buches „Crisis in Architecture“ aus dem Jahr 1974. Herausgegeben wurde es vom RIBA, verfasst von Malcolm MacEwen, der 1959 seine Stelle als *RIBA Chief Information Officer* antrat. Die von ihm konstatierte Krise findet in der architekturhistorischen Forschung häufiger Erwähnung, auch wenn ihr historischer Kontext selten ausführlich dargelegt oder systematisch untersucht wird. Unterschiedliche Autoren heben jeweils einzelne Ursachen und Folgen der ‚Architektenkrise‘ hervor. Als Konsens und Kernpunkt gilt die Tatsache, dass in den 1970er Jahren der ‚Architektenberuf seine Legitimation verloren hatte‘⁵¹ und dass mit Aufkommen der Postmoderne diese Krise überwunden wurde. Ursprung betrachtet sie unter primär wirtschaftlichen Aspekten und kehrt Arbeitslosigkeit und schlechte Auftragslage heraus.⁵² Kaminer befasst sich mit einer „ideological crisis“⁵³ und legt seinen Schwerpunkt auf kulturelle Veränderungen, Philosophie und Kulturkritik.⁵⁴ Eisinger interessiert sich wiederum für eine ‚Städtebaukrise‘.⁵⁵ Wilton-Ely beobachtete eine „crisis of identity“.⁵⁶ In ähnlicher Weise sprechen Wiesand und Forbeck primär von einer ‚Imagekrise‘ von Architekten. Deren Tiefpunkt sehen sie in Deutschland 1981 mit einem Beitrag im *Spiegel* erreicht, der mit den Worten „[e]in Berufsstand hat versagt“ begann.⁵⁷ Damit waren Architekten als Urheber einer ‚Baukrise‘ ausgemacht, die der Spiegel 1973 schon einmal thematisiert hatte.⁵⁸ Auch Ellin sieht in der Krise vor allem ein Versagen der Architektur selbst. Als symbolträchtigen Moment führt er die Sprengung der Großwohnsiedlung Pruitt-Igoe in St. Louis 1973 an.⁵⁹ Aufgrund von Leerstand, Vandalismus und Kriminalität fand sich nur zwanzig Jahre nach ihrer Fertigstellung keine andere Lösung für den gescheiterten Bau.

Ellin übernimmt hier die Einschätzung des kürzlich verstorbenen postmodernen Architekturtheoretikers Charles Jencks aus dem Jahr 1978, der die Sprengung als Zeitgenosse erlebt hatte und daran das Ende der Moderne festgemacht hatte und den Beginn der Postmoderne ausrief. In seinem Buch „The Language of Post-Modern Architecture“ erklärte Jencks die von MacEwen 1974 konstatierte ‚Architekturkrise‘ kurzerhand als ‚Kommunikationskrise‘ moderner Architektur. Die Überlegenheit der

51 Ursprung 2013, S. 228–241.

52 Ebd.

53 Kaminer, Tahl: *Architecture, Crisis and Resuscitation*, London 2011, S. 19.

54 Kaminer 2011, S. 17ff.

55 Eisinger 1999, S. 2.

56 Wilton-Ely 1977, S. 204.

57 Siehe: Krüger, Karl-Heinz: Der Mensch ist Nebensache, in: *Der Spiegel* 35 (1981/19), S. 220–244.

58 Pleiten am Bau, in: *Der Spiegel* 27 (1973/29), Titelblatt.

59 Ellin, Nan: *Postmodern Urbanism*, Cambridge 1996, S. 211.

Postmoderne gegenüber anderen Architekturstilen wie dem ‚International Style‘ oder dem ‚Brutalismus‘⁶⁰ sah er in ihrem „mode of architectural communication“, die er entlang der Begriffe „Metaphor“, „Words“, „Syntax“ und „Semantics“ erläuterte.⁶¹ Von einer „Crisis in Communication“⁶² war 1980 auch in der Architekturzeitschrift *VIA*, herausgegeben von der Graduate School of Fine Arts an der *University of Pennsylvania*, die Rede gewesen. Und auch der Kunsthistoriker Heinrich Klotz folgte dieser Lesart und forderte, Architektur müsse wieder „dichterische Vorstellungen“ und „poetische Stoffe“ aufnehmen und mit Hilfe der „Fiktion“ zum „Erzählstoff“ werden.⁶³ Damit prägten Architekturtheoretiker in den 1980er Jahren das Narrativ von einer ‚Krise des Architekten‘, die Folge einer ‚Kommunikationskrise‘ gewesen und durch verbesserte Architektur überwunden worden sei.

Auf eine ganz andere Kommunikationsebene der Postmoderne, die mir an dieser Stelle interessant scheint, verwies Dietmar Danner 1992. Er unterstellte postmodernen Architekten, eine gezielte Medienpraxis zu verfolgen, die ihre Sichtbarkeit erhöhe. Mit seiner „Untersuchung über das Verhältnis von Medien und Architektur“⁶⁴ legte er eine bemerkenswert umfangreiche und detailreiche Studie vor, in der er die Gesamtjahrgänge von achtzehn deutschsprachigen Architekturzeitschriften zwischen 1976-1988 analysierte. Demnach war in der deutschen Presselandschaft offenbar die Vorstellung weit verbreitet, dass die Printmedien entscheidend am Erfolg der Postmoderne mitgewirkt hätten. Als beispielhaft für diese Grundstimmung bezeichnet Danner die 1986 in der Zeitschrift *Der Architekt* veröffentlichte Karikatur von Gustav Peichel. Sie zeigte einen Journalisten mit Scheuklappen und ‚I like Postmodern‘-Button.⁶⁵ Danner gab allerdings zu bedenken, dass dieses Urteil von keinem der Autoren konkret belegt werden könne.⁶⁶ Häufig würden ‚die Medien‘ generalisierend für die Verbreitung der Postmoderne verantwortlich gemacht, die Schuld werde von den Journalisten jedoch immer den anderen, nie der eigenen Zeitschrift zugeschoben. Ohne dies genauer auszuführen räumt er ein, dass die

60 Jencks 1978, S. 27.

61 Ebd., S. 39–86.

62 Harries, Karsten /Wines, James: Architecture and the Crisis of Communication, in: *Via* 4 (1980), S. 26–37.

63 Klotz, Heinrich: *Moderne und Postmoderne*, Braunschweig/Wiesbaden 1984, S. 17

64 Danner, Dietmar: *Spiegelungen der Postmoderne. Eine Untersuchung über das Verhältnis von Medien und Architektur*, Stuttgart 1992.

65 *Der Architekt* 10 (1986), S. 426–428.

66 Danner 1992, S. 12.

Einschätzungen der Zeitgenossen „womöglich neben den Fakten der tatsächlichen Medienrealität“ lagen.⁶⁷

Ein weiteres eindrückliches Beispiel, das Danner anführt, stammt von Harald Bodenschatz, der eine Rezension zur berühmten Architekturbiennale von 1980 verfasste. Interessant fand Bodenschatz bei der Veranstaltung vor allem die „Art und Weise, wie die Postmoderne im Rahmen der Architekturbiennale ideologisch gefasst und vermarktet wird“⁶⁸. Inwieweit berechtigterweise von einer gezielten Medienkampagne für die Postmoderne gesprochen werden kann, sei dahingestellt. Sicher ist jedoch, dass in der Folge der Architekturbiennale im Jahr 1980 der aus den USA stammende Architekturstil auch in Europa Hochkonjunktur feierte.⁶⁹ Ob sich die Medienpraxis US-amerikanischer Architekten signifikant von den Praktiken ihrer europäischen Kollegen unterschied, wird die vorliegende Arbeit zu klären versuchen.

1.2 Forschungsmethode, Fallbeispiele und Aufbau der Arbeit

Methodologisch zeichnet sich die vorliegende Arbeit durch zwei unterschiedliche Zugänge aus. So sind die professionshistorischen Teile der Arbeit als Ländervergleich angelegt, der zwei Nationen in den Blick nimmt, die für den Architekturdiskurs im Untersuchungszeitraum besonders einflussreich waren. Großbritannien und die USA bieten sich auch deshalb für einen direkten Vergleich an, weil sich beide Länder durch zwei unterschiedliche Professionskulturen auszeichnen.⁷⁰ So konnte angenommen werden, dass sich dadurch ihr Verhältnis zu Massenmedien auf je eigene Weise ausprägte. Diese erste Analyseebene operiert mit einem großen Quellenkorpus und ist insofern quantitativ angelegt.

Eine zweite Analyseebene hat dagegen qualitativen Charakter und verortet die vorliegende Arbeit in der Stadt- und Lokalgeschichte. Dabei wird mit der Tagespresse ein konkretes massenmediales Format herausgegriffen und bezüglich seines Einflusses auf Planungsdebatten untersucht. Anhand der Fallbeispiele des Barbican in London und der Boston City Hall soll untersucht werden, welche Rolle den Projekten in den Lokalzeitungen zukam, in welchem Kontext sie thematisiert wurden und welche Akteure für ihr Auftauchen in der Presse verantwortlich zeichneten. Explizit geht es dabei nicht um

67 Danner 1992, S. 31.

68 Bodenschatz, Harald: Die ‚postmoderne‘ Architektur baut an ihrem Mythos. Zur Diskussion über die erste Architektur-Biennale in Venedig 1980, in: Arch+ 54 (1980), S. 4–5.

69 Durth, Werner: Baukultur. Spiegel gesellschaftlichen Wandels, Berlin 2009, S. 591.

70 Vgl. Kap. 2.3.1.

die realisierten Bauten selbst, sondern um Aushandlungsprozesse während der Planungsphase. Insbesondere interessiert, welche Funktion Architekturzeichnungen zukam und auf welche Weise sie die öffentlichen Debatten prägten. Auch stellt sich die Frage, welche Rolle Architekten als ihre Urheber spielten.

Mit dem Barbican in London und der Boston City Hall wurden zwei Fallbeispiele herausgegriffen, die genügend Gemeinsamkeiten aufweisen, um eine Vergleichbarkeit zu gewährleisten. Zum ersten stehen beide Bauten als ‚Betonmonster‘ sinnbildlich für die Legitimationskrise von Architekten. Die Tatsache, dass beide dem Architekturstil des ‚Brutalismus‘ zugeordnet werden, illustriert darüber hinaus auch die vermeintliche ‚Kommunikationskrise‘ der architektonischen Nachkriegsmoderne. So lässt sich auch in aktuellen Debatten eine Art ‚Sprachverwirrung‘ ausmachen, wenn Architekten und Denkmalpfleger mit dem Begriff auf die Qualität des baukulturellen Erbes verweisen, während es von Abrissbefürwortern als Synonym für ungeliebte und ‚brutale‘ Bauten ins Feld geführt wird. Zum zweiten handelt es sich bei beiden Fallbeispielen um staatlich finanzierte Bauprojekte, die typisch für den Untersuchungszeitraum sind, in dem der Staat als wichtigster Auftraggeber agierte. Da in der vorliegenden Arbeit primär die Situation freiberuflicher Architekten interessiert, kamen nur Bauaufträge in Betracht, die an Privatarchitekten vergeben wurden. Dies schränkte insbesondere die Auswahl britischer Beispiele erheblich ein, die zu diesem Zeitpunkt mehrheitlich von kommunalen Planungsabteilungen realisiert wurden. Zum dritten stellte der Grad zeitgenössischer Medienaufmerksamkeit ein entscheidendes Auswahlkriterium dar, um der medienhistorischen Ausrichtung der vorliegenden Arbeit gerecht zu werden. Beide Projekte wurden lange vor Baubeginn von der Fachpresse wie auch der Tagespresse aufmerksam verfolgt.

Der Aufbau der vorliegenden Arbeit ergab sich letztlich aus den konkreten Ergebnissen der Quellenarbeit und der Bemühung, diese in einen sinnfälligen Zusammenhang zu bringen. So wird nach einem Überblick zum Forschungsstand (Kapitel 2) am Beispiel des RIBA dargelegt, was den Beruf des Architekten als Profession auszeichnete, denn Großbritannien hatte in dieser Hinsicht Vorbildcharakter (Kapitel 3). Zunächst wird innerhalb dieses Rahmens auf das Werbeverbot von Architekten fokussiert und herausgearbeitet, welche fundamentale Bedeutung es für das Selbstverständnis der Architekturprofession hatte. Auch wird dargelegt, wie konkrete Verstöße aussahen und wie sie gehandhabt wurden. Anhand einer Analyse der Öffentlichkeitsarbeit des RIBA wird

wiederum aufgezeigt, wie konfliktreich die ursprüngliche Konzeption des Werbeverbots in einer massenmedial geprägten Zeit sein konnte.

Darauf folgt ein Blick auf die konkrete Medienpraxis von Architekten anhand der genannten Fallbeispiele (Kapitel 4). Die Entstehungsgeschichte des Barbican in London wird zunächst exemplarisch verdeutlichen, welchen Einfluss die Veröffentlichung von Architekturzeichnungen auf Planungsdebatten haben konnte. Als Ausgangspunkt dient dabei der nicht realisierte Entwurf von *Kadleigh, Whitfield & Horsbrugh*, die zu einem früheren Zeitpunkt bereits in Konflikt mit dem Werbeverbot geraten waren (Kapitel 4.1). Dem wird das Beispiel der Boston City Hall gegenübergestellt, wobei primär der Architekturwettbewerb untersucht wird, der nicht nur die Architekten *Kallmann, McKinnell & Knowles* auf einen Schlag berühmt machte, sondern auch kalkulierter Teil eines effektiven Stadtmarketings darstellte (Kapitel 4.2).

Dass der Architektur in Boston zentrale Bedeutung kam wurde auch vom AIA goutiert, dem die daran anschließenden Ausführungen gewidmet sind (Kapitel 5). Im direkten Vergleich zum RIBA wird dabei zunächst analysiert, wie das Werbeverbot hier interpretiert und gehandhabt wurde. Darauf folgt eine Darlegung der umfangreichen Öffentlichkeitsarbeit des AIA, der im US-amerikanischen Kontext auch aufgrund einer viel einflussreicheren PR-Branche größere Bedeutung beigemessen wurde. In einem Fazit werden diese Einzelbefunde in eine ‚Mediengeschichte der Architektur‘ eingebettet und Aussagen darüber abgeleitet, in wieweit sich die ‚Medienpraxis‘ von Architekten im Untersuchungszeitraum veränderte, welchen Einfluss die Professionsorganisationen dabei ausübten und es wird die Frage geklärt, ob die ‚Architektenkrise‘ in einen Zusammenhang mit den Massenmedien gebracht werden kann (Kapitel 6).

Die einzelnen Kapitel der vorliegenden Arbeit sind bis zu einem gewissen Grad nahezu eigenständigen Forschungsgegenständen gewidmet und präsentieren in diesen Zusammenhängen jeweils originäre Forschungsergebnisse: Die historische Forschung zur Entwicklung der Professionsorganisationen RIBA⁷¹ und AIA⁷² werden dabei um die Perspektive des Werbeverbots erweitert, dessen Bedeutung für das professionelle Selbstverständnisses bis dato nur in Ansätzen behandelt wurde, dem im Untersuchungszeitraum nach meinem Dafürhalten jedoch elementare Funktion zukam.

71 Mace 1986; Wilton-Ely 1977, S. 180-208.

72 Woods, Mary N.: *From Craft to Profession. The Practice of Architecture in Nineteenth-Century America*, Los Angeles 1999; Bickford, Adam: *Professional Architecture and Professional Failure. Structure and Rhetoric in the AIA's First Century*, Chicago 1995; Saylor, Henry H.: *The A.I.A.'s First Hundred Years*, Washington 1957.

Der Forschungsstand zur Entstehungsgeschichte der Bauprojekte Barbican in London⁷³ und Boston City Hall⁷⁴ werden ihrerseits ergänzt, indem der materielle Bau vernachlässigt und stattdessen die Rolle von Printmedien in den Planungsphasen untersucht wird. An dieser Stelle werden Architekturzeichnungen und -modelle als eigentliche Produkte der Arbeit von Architekten verstanden, die einen Bau nicht begleiten, sondern ‚erschaffen‘. In ihrer Synthese leisten diese Einzelergebnisse darüber hinaus einen wichtigen Beitrag zu einer Mediengeschichte der Architektur, in der Massenmedien ein Forschungsdesiderat darstellen. Die vorliegende Arbeit schließt damit eine Forschungslücke, wenngleich die Ergebnisse zeitlich auf das 20. Jahrhundert, geographisch auf die USA und Großbritannien und quantitativ auf zwei Fallstudien begrenzt bleiben.

1.3 Quellenlage

Die Quellenlage zum RIBA Werbeverbot ermöglicht es, nahezu lückenlos die Veränderungen der einzelnen Auflagen des Ehrenkodexes nachzuzeichnen. Ausführlich dokumentiert sind die Veränderungen des „Code of Professional Conduct“. Zwischen 1923 und 1986 erfolgten insgesamt zwölf Überarbeitungen, die allesamt vorliegen. Kontextualisieren lassen sich diese anhand der Sitzungsprotokolle des *RIBA Council* und des *Professional Practice Committee*. Diese geben Aufschluss über die Motivationsgründe für die einzelnen Anpassungen des Werbeverbots. Außerdem sind einzelne Fälle von Architekten nachvollziehbar, denen ein Verstoß gegen das Werbeverbots angelastet wurde. Dokumentiert und bearbeitet wurden sie vom *Professionals Conduct Committee*, das dem *Architects Registration Board* regelmäßig Bericht erstattete. Der *Architects Registration Board* wiederum entschied darüber, ob ein Architekt nur verwarnt oder auch vom RIBA ausgeschlossen wurde. Die einzelnen Architekten, die sich vor dem Rat aufgrund ihrer Verstöße zu verantworten hatten, bleiben in aller Regel anonym. Namentlich werden sie

73 Tsubaki, Tatsuya: „Model for a Short-Lived Future“? Early Tribulations of the Barbican Redevelopment in the City of London, 1940–1982, in: *Planning Perspectives* 27 (2012/4), S. 525–548; Harwood, Elaine: Chamberlin, Powell and Bon. *The Barbican and Beyond*, London 2011; Polinna, Cordelia: *Towards a London Renaissance. Städtebaulicher Paradigmenwechsel in London. Projekte und Planwerke für den Umbau des Zentrums*, Berlin, 2007; Heathcote, David: *Barbican. Penthouse Over the City*, Chichester 2004.

74 Sirman, Brian: *Concrete Changes: Architecture, Politics, and the Design of Boston City Hall*, Boston 2018; Monteyne, David: *Boston City Hall and a History of Reception*, in: *Journal of Architectural Education* 65 (2011/1), S. 45–62; O’Connor, Thomas: *Urban Renewal in Boston: Successes and Controversies*, in: Chudacoff, Howard /Baldwin, Peter (Hgg.): *Major Problems in American Urban and Suburban History. Documents and Essays*, Boston 2005, S. 419–428; Whitehill, Walter /Kennedy, Lawrence: *Boston. A Topographical History*, Cambridge 2000; O’Connor, Thomas: *Building a New Boston. Politics and Urban Renewal, 1950-1970*, Boston 1993; Mollenkopf, John H.: *The Contested City*, Princeton 1983.

nur in Fällen erwähnt, die zum Ausschluss aus dem RIBA führten. Diese Fälle ‚unprofessionellen Verhaltens‘ liefern zusammen mit dem Werbeverbot selbst die wichtigste Grundlage für die Ausführungen zum RIBA Werbeverbot. In ihnen ist dokumentiert, welche Verhaltensweisen als problematisch erachtet wurden und wie häufig sie vorkamen. In aller Regel führten vermehrte Fälle auch zu Überarbeitungen des Kodexes, dem in solchen Fällen Debatten in den verschiedenen Komitees vorausgingen.

Teilweise lückenhaft ist im Falle des RIBA der Bereich Öffentlichkeitsarbeit. Die Zeit von 1955 bis 1967 ist anhand der Sitzungsprotokolle des *Public Relations Committee* nachvollziehbar. Für die Zeit davor kann mit einiger Sicherheit davon ausgegangen werden, dass keine nennenswerten Aktivitäten in diesem Bereich stattfanden. Die Zeit nach 1967 bleibt zum Teil im Dunkeln. Verschiedene Akten wurden in den 1990er Jahren vernichtet und lassen daher keine lückenlose Darstellung der PR-Aktivitäten des RIBA zu. Diese Leerstelle wird durch offizielle Publikationen des RIBA gefüllt. So geben auch Beiträge im *RIBA Journal* Aufschluss über Aktivitäten des RIBA. In einem der Zeitschriftenbeiträge fand sich beispielsweise ein Hinweis auf die vom RIBA als ‚media coup‘ bezeichnete Beilage in der *Times* über Architekten aus dem Jahr 1981, wo auch die einzige Werbeanzeige des RIBA für Architekten abgedruckt wurde, die ich im Rahmen meiner Recherche ausfindig machen konnte. Auf einzelne unzulässige Werbeanzeigen von RIBA-Mitgliedern verwiesen auch die Sitzungsprotokolle des *Architects Registration Board* bzw. die darin zu findenden Berichte des *Professional Conduct Committee*. An dieser Stelle konnte aber nur ein Bruchteil dieser erwähnten Anzeigen ausfindig gemacht werden, bzw. wie im Falle des „Ideal Home Book of Plans“ nur eine spätere Ausgabe, die in der British Library zu finden war. Das „RIBA Handbook of Architectural Practice and Management“ lässt außerdem erschließen, welchen Umgang mit Massenmedien das RIBA seinen Mitgliedern empfahl. Diesbezüglich ist gerade auch die 1979 veröffentlichte Broschüre *Architects' Guide to Marketing the Smaller Practice* interessant.

Die Quellenlage des AIA stellt sich deutlich anders dar. So sind große Teile des Archivbestands nicht erschlossen und katalogisiert. Zudem sind Akten zu Einzelfällen, die gegen das Werbeverbot verstießen, aus Gründen der Persönlichkeitsrechte nicht einsehbar. Derartige Fälle wurden aber auch vom *AIA Board* besprochen und sind damit hinreichend dokumentiert. Auch die Sitzungsprotokolle einzelner Komitees, die mit Werbeverbot und Öffentlichkeitsarbeit betraut waren, sind nicht zugänglich. Insbesondere bezüglich der Öffentlichkeitsarbeit dient der AIA Jahresbericht als wichtige Grundlage. Hier wurden minutiös die PR-Erfolge des AIA dokumentiert und angepriesen. Zu einem Großteil

bleiben die Angaben zu produzierten Filmen, lancierten Presseberichten und herausgegebenen Broschüren und Handbüchern sehr vage. Insbesondere der Verbleib der reichlich erwähnten Filmproduktionen lässt sich aufgrund des nur ansatzweise erschlossenen Quellenbestands nicht klären. Aber auch Verweise auf einzelne Werbeanzeigen oder Presseberichte, die im Jahresbericht erwähnt wurden, konnten zum Teil nicht verifiziert werden. Obgleich hinreichend genaue Angaben zu Zeitschrift und Erscheinungsmonat gemacht wurden, ließ sich ihre Existenz nicht nachweisen. Das war insbesondere im Falle des *Time Magazine* der Fall. So werden vom Jahresbericht wie auch in den Sitzungsprotokollen mehrere Anzeigen dort erwähnt. Aufgefunden habe ich lediglich eine einzige. Im Falle des AIA kommen als wichtige Quellen die zahlreichen Broschüren hinzu, die als Infomaterial für potentielle Bauherren dienten, als Anleitungen für die Mitglieder oder auch als Werbung für das AIA selbst. Auch diese sind nicht im AIA Archive selbst auszumachen. Allerdings besitzt die Frances Loeb Library eine umfangreiche Sammlung solcher Broschüren. Gerade im direkten Vergleich mit dem RIBA lässt sich daran ein gänzlich anderes Selbstverständnis der Professionsorganisation festmachen.

Nicht zu vergessen sind auch im Falle des AIA die einzelnen Überarbeitungen des Werbeverbots. Die zusammengetragenen Versionen des Ehrenkodexes erheben allerdings keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Insbesondere ist dies der Fall aufgrund der Tatsache, dass der Kodex im Falle des AIA im „Architect's Handbook of Professional Practice“ erschien, das ab 1963 als Ringordner mit loser Blattsammlung herausgegeben wurde. Auf diese Weise konnten einzelne, neu aufgelegte Dokumente gesondert ausgetauscht werden, so dass das Nachvollziehen der unterschiedlichen Neuauflagen unmöglich wird. Dennoch lässt sich anhand der sechs vorliegenden Versionen ein hinreichend dichtes Bild der Überarbeitungen machen. Außerdem sind an dieser Stelle auch die Sitzungsprotokolle des *Board of Directors* und des *Executive Committee* entscheidender, die Debatten rund um Anpassungen des Werbeverbots dokumentieren bzw. Aufschluss darüber geben, welche Werbeformate innerhalb des AIA problematisiert wurden. Das AIA arbeitete sich insbesondere an Werbeanzeigen der Konkurrenz – insbesondere des Package Dealers – ab, so dass es auf diese nicht mit Anpassungen des Werbeverbots reagieren konnte. Die Sitzungsprotokolle von *Board of Directors* und *Executive Committee* lassen auch die Aktivitäten des *Public Relations Committee* nachzeichnen, das dort regelmäßig Rechenschaft ablegte.

Der hier verfolgte Ansatz, die Fallbeispiele des Barbican in London und der Boston City Hall als ‚Medienphänomene‘ beschreiben zu wollen, führt dazu, dass in beiden Fällen zunächst Zeitungsberichte als Quellengrundlage dienen. Im Falle des Barbicans wurde dabei vor allem die *Times* genutzt, mit Beginn der öffentlichen Anhörung im Jahr 1956 widmete sich dem Projekt auch der *Manchester Guardian* intensiv. Anhand der Presseberichte und Leserbriefe ließen sich zunächst die wichtigsten Akteure ausmachen und die öffentlich geführte Planungsdebatte nachzeichnen. Des Weiteren dienten die Sitzungsprotokolle und Berichte des *London County Council* und seiner Planungsabteilung des *Town Planning Committee*, sowie der *Corporation of London* und ihrer Planungsabteilung des *Improvements and Town Planning Committee* als Quellen. Die Diskussionen in den Planungssitzungen und Stadtratssitzungen verdeutlichen die Vorgehensweisen der Behörden, ihre Reaktion auf die Darstellungen der Presse und ihren Umgang mit den Bauantragsstellern des *New Barbican Committee*. Die Perspektive der Architekten *Kadleigh, Whitfield & Horsbrugh* sowie die ihrer Auftraggeber, das *New Barbican Committee* konnte aufgrund fehlender Quellen nur bedingt herausgearbeitet werden. Ihre Rolle in der Planungsdebatte wurde daher primär anhand der Presseveröffentlichungen rekonstruiert, wozu neben den Tageszeitungen auch diverse Architekturzeitschriften dienten. Außerdem hält der Nachlass von Percy Johnson-Marshall, der zum Zeitpunkt der Debatte für den *London County Council* arbeitete, wichtige Zeugnisse bereit. Insbesondere die Aussageprotokolle der öffentlichen Anhörung sind dort zu finden, in dessen Rahmen auch die Architekten und einzelne Mitglieder des *New Barbican Committee* umfangreiche Aussagen machten.

Im Falle der Boston City Hall wurde bezüglich der Zeitungsberichte auf eine umfangreiche Sammlung von Zeitungsausschnitten im Nachlass der Architekten *Kallmann, McKinnell & Knowles* im Historic New England Archive zurückgegriffen. Diese sind teilweise nur mit handschriftlichen Angaben zu Datum und Zeitung versehen, in einigen Fällen fehlen auch die Seitenangaben, die soweit möglich nach recherchiert wurden. Im Nachlass der Architekten finden sich auch einige Dokumente, die Abbildungen der Boston City Hall nutzen. Bemerkenswert an dieser Sammlung der Architekten ist, dass sie offenbar mit dem Zusammentragen bereits begonnen haben, bevor feststand, dass sie als Gewinner des Architekturwettbewerbs hervorgehen würden. So finden sich hier zahlreiche Zeitungsausschnitte, die noch aus dem Jahr 1961 stammen.

Daneben wurden Akten des Bürgermeisters John F. Collins gesichtet. Auch hier sind zahlreiche Bildzeugnisse zur Boston City Hall dokumentiert. Die Akten des

Bürgermeisters wie auch des Leiters der *Boston Redevelopment Authority* geben außerdem Aufschluss darüber, wie intensiv das Stadtmarketing bei diesem Projekt betrieben wurde. Wichtige Akteure stellten außerdem die *Government Center Commission* dar. Ihre offiziellen Jahresberichte sind in der Boston Public Library zugänglich, ihre internen Sitzungsprotokolle dagegen sind im Archiv der Stadt aufbewahrt. Anhand dieser Dokumente lassen sich insbesondere die Vorbereitungen zum Architekturwettbewerb nachvollziehen und die Begründungen der Jury zu ihrem Urteil nachlesen. Werbematerial für die Stadt Boston finden im Stadtarchiv, zum Teil auch in der Library of Congress.

2 Forschungsstand

Die vorliegende Arbeit versteht sich als Beitrag zu einer Mediengeschichte der Architektur. Als solche ist sie zwischen den Forschungsfeldern der Mediengeschichte, Architekturgeschichte und Professionsgeschichte angesiedelt. Die Mediengeschichte steuert zunächst einmal Erkenntnisse über strukturelle Rahmenbedingungen und Wirkungsweise von Massenmedien bei. Sie gibt auch das 20. Jahrhundert als groben Untersuchungszeitraum vor, das „doppelt so viele Medien erzeugt[e] wie die gesamte Zeit davor“⁷⁵ und damit die Bühne der Mediengesellschaft darstellt. Die Architekturgeschichte wiederum setzte sich bisher am intensivsten mit dem Verhältnis von Architektur und Medien auseinander und bietet damit inhaltliche Anknüpfungspunkte. Den entscheidenden theoretischen Rahmen bildet jedoch die Professionsgeschichte. Auf diese Weise soll geklärt werden, welchen Stellenwert Massenmedien in den Professionsvertretungen RIBA und AIA hatten, welche Medienformate konkret thematisiert wurden, ob auf die ‚Medienpraxis‘ der Mitglieder Einfluss ausgeübt wurde und ob die Krise der 1970er Jahre mit Massenmedien in einen Zusammenhang gebracht wurden. Insbesondere interessiert dabei auch die Frage, inwiefern sich das Selbstverständnis von Architekten als Profession im Umgang mit Massenmedien veränderte.

2.1 Mediengeschichte: Mediengesellschaft und mediale Öffentlichkeit

Der Terminus der Mediengesellschaft ist nur einer unter vielen, die das Wesen moderner Gesellschaften greifbar machen möchten. Marian Adolf arbeitet in dieser Hinsicht heraus, welche epistemologische Relevanz die Bezugnahme auf Medien bereitstellen kann:

„Während die Rede von der postindustriellen Gesellschaft [...] auf die ökonomische Sphäre [...] zielt, die Wissensgesellschaft [...] mit ihren Derivaten Informations- und Dienstleistungsgesellschaft die Verbindung zu Prozessen der gesellschaftlichen Organisation zieht, und die Theorie der Risikogesellschaft [...] das einzelne Individuum vor dem Hintergrund einer neuen Kontingenz im Auge hat, ist das Konzept Mediengesellschaft die Beschäftigung mit massenmedialer Kommunikation und ihrer Rolle in modernen Gesellschaften auf Ebene strukturalistischer und funktionalistischer

75 Merten, Klaus /Westerbarkey, Joachim: Public Opinion und Public Relations, in: Merten, Klaus /Schmidt, Siegfried /Weischenberg, Siegfried (Hgg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Opladen 1994, S. 188–211.

bzw. systemtheoretischer Theoretisierungen. Medien sind in dieser makroperspektivischen Konzeptionalisierung eine wesentliche, transformierende, soziale und ökonomische Kraft mit umfassenden gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen.“⁷⁶

Auch Merten und Westerbarkey gehen davon aus, dass die postindustrielle Gesellschaft zu Recht als Mediengesellschaft beschrieben werden kann, da eine zunehmende Differenzierung gesellschaftlicher Teilbereiche dem Kommunikationssystem größere Bedeutung zukommen lasse, so dass „kein Wahlkampf, kein Absatz, kein Sport und keine Kunst [...] heute ohne Medien mehr möglich“⁷⁷ sei. Für die beiden Kommunikationswissenschaftler stellen (Massen)Medien daher eine Vorbedingung für das Entstehen von Öffentlichkeit dar. Damit greifen die Autoren auf Habermas zurück, der dem Begriff in seiner Untersuchung über das Entstehen einer bürgerlichen Öffentlichkeit⁷⁸ im 18. Jahrhundert zentrale Bedeutung beigemessen hatte und auf diese Weise einen Schlüsselbegriff bereitstellte, der die Mediengeschichte und -theorie bis heute prägt.⁷⁹

Mit Öffentlichkeit ist zunächst einmal ein allen offen stehender, unbeschränkter Zugang zu Informationen gemeint, der notwendig ist, um einen nicht von politischer Macht diktierten Diskurs über gesellschaftsrelevante Themen führen zu können. In diesem Sinne ist Öffentlichkeit für Stöber „das Forum, die Plattform oder der Resonanzboden, auf denen Kommunikation stattfindet und Medien benutzt werden“.⁸⁰ Öffentlichkeit wird dabei keinesfalls mit Medien gleichgesetzt und auch nicht als ihr Produkt verstanden. Sie stellen jedoch eine Form des Zugriffs dar und leisten damit laut Luhmann einen „Beitrag zur Realitätskonstruktion der Gesellschaft.“⁸¹ Er beginnt sein Buch über die Realität der Massenmedien daher auch mit folgendem bekannten Diktum: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“⁸² Neben dem emanzipatorischen Potential der Medien werden also auch

76 Adolf, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft, Bielefeld 2006, S. 32.

77 Merten, Klaus /Westerbarkey, Joachim: Public Opinion und Public Relations, in: Merten, Klaus /Schmidt, Siegfried /Weischenberg, Siegfried (Hgg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Opladen 1994, S. 188–211, S. 191.

78 Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Frankfurt am Main 1990 [1962].

79 Gestrich, Andreas: Jürgen Habermas Konzept der bürgerlichen Öffentlichkeit: Bedeutung und Kritik aus historischer Perspektive, in: Zimmermann, Clemens (Hg.): Politischer Journalismus, Öffentlichkeiten und Medien im 19. und 20. Jahrhundert, Ostfildern 2006, S. 25–39, S. 33f.

80 Stöber, Rudolf: Kommunikations- und Medienwissenschaften. Eine Einführung, München 2008, S. 64.

81 Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien, Opladen 1996, S. 183.

82 Ebd., S. 1.

deren manipulative Tendenzen thematisiert. Mit Blick auf das 20. Jahrhundert gibt Faulstich zu bedenken, dass mit steigendem Bevölkerungswachstum immer weniger Menschen an der Produktion dieser Öffentlichkeit beteiligt werden konnten. Daher sei öffentliche Meinung dann auch weitestgehend „veröffentlichte Meinung“, weshalb „speziell den Massenmedien im Sinne der Massenkommunikation, eine Schlüsselfunktion“⁸³ zukomme.

Cramer wiederum begreift Medien als soziale Institutionen. Zeitungen, Radio, Fernsehen, Kino, Internet und Werbung versteht sie demgemäß als integrale, soziale und kulturelle Formen, die unsere Gesellschaft strukturieren, Sinn und Bedeutungen bestimmen, sowie soziale Praktiken prägen.⁸⁴ Dementsprechend sollte also auch die Bewertung von Bauten zu einem Großteil durch Medien beeinflusst sein, was sich wiederum auch auf die Praktik von Architekten niederschlagen sollte. Was im vorliegenden Buch untersucht wird, ist nach diesem Verständnis „the power of “media in a particular society“,“⁸⁵ wobei das Bauwesen samt aller beteiligten Akteure, Werke und Praktiken als Teil der Gesellschaft verstanden wird.

Als deutlich konturiertes Forschungsfeld bildete sich die Mediengeschichte insbesondere in den 1990ern heraus. Sie etablierte sich dabei zwischen den Sozial- und Kommunikationswissenschaften auf der einen, sowie den Kultur- und Medienwissenschaften auf der anderen Seite.⁸⁶ Diesen beiden Ursprüngen ist ein teils disparates Verständnis dessen geschuldet, was unter Medien verstanden wird. Der kommunikationswissenschaftliche Ansatz geht von einem engen Medienbegriff aus und versteht diese als „technische Medien, die eine indirekte Kommunikation mit einem unbekannten, räumlich verstreuten Publikum ermöglichen.“⁸⁷ Besonders im angelsächsischen Raum ist ein solch pragmatischer Ansatz gebräuchlich, der ausschließlich technische Mittel als Medien begreift. Im Fokus steht dabei die soziale Bedeutung von Medien, die zum Beispiel im Rahmen einer Propaganda-, Medienwirkungs- oder Zeitungsforschung untersucht wird. Diese Forschungstradition konzentriert sich auf Massenmedien, weshalb die Mediengeschichte aus dieser Perspektive quasi erst mit der Erfindung der Drucktechnik Mitte des 15. Jahrhunderts beginnt.

83 Faulstich, Werner: Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit, München 2000, S. 55

84 Cramer, Janet: Media - History - Society. A Cultural History of U.S. Media, Malden 2009, S. 4.

85 Ebd., S. 2.

86 Bösch, Frank: Mediengeschichte, Frankfurt am Main 2011, S. 8f, 13.

87 Ebd., S. 23.

In Deutschland ist daneben auch ein kulturwissenschaftlicher Ansatz weit verbreitet, der seine Vorläufer in der Literatur-, Theater- und Filmwissenschaft hat und auf einen breiter angelegten Medienbegriff rekurriert, wie er am prominentesten von McLuhan vertreten wird.⁸⁸ Als Medien werden dabei auch Mittel der direkten oder gar persönlichen Kommunikation verstanden. Diese Forschungsperspektive legt einen sehr viel größeren Untersuchungszeitraum zugrunde. Gieseke beispielsweise geht von vier Medienrevolutionen aus, die ausgelöst wurden durch die Entstehung der Sprache (1), die Einführung einer skriptographischen Datenverarbeitung (2), die Verbreitung des Buchdrucks (3) sowie den Gebrauch elektrischer und elektronischer Medien (4).⁸⁹ In vergleichbarer Weise lässt auch Faulstich seine Mediengeschichte 2500 v. Chr. beginnen und beschreibt eine lange Entwicklung von Menschmedien (Rituale, Zeremonien) über Gestaltmedien (Pyramide, Obelisk, Stele, Wandmalereien) und Schreibmedien (Buch, Brief, Blatt) hin zu Druckmedien (Flugblatt, Flugschrift, Kalender) und Massenmedien (Zeitung, Zeitschrift, Fernsehen, Radio, Internet).⁹⁰ Eine solche Lesart begreift auch Architektur selbst als Medium.

Die vorliegende Arbeit ist vornehmlich an Massenmedien interessiert und operiert daher weitestgehend mit der Begriffsdefinition, wie sie in der Kommunikationswissenschaft üblich ist. In einem noch engeren Sinne konzentriert sich die Arbeit nahezu ausschließlich auf Printmedien. Radio und Fernsehen finden zwar Erwähnung, stehen aber nicht im Zentrum. Damit werden die Themenfelder „Plurimedialität“ und „Multimedialität“⁹¹ ausgeblendet, denen Wilke für das 20. Jahrhundert zwar zentrale Bedeutung zuschreibt, die für die vorliegende Untersuchung aber randständig sind. Ein weiter Medienbegriff – und damit die Einbeziehung der Architektur selbst als Kommunikationsmedium – wird zumindest punktuell angewendet, nämlich dann, wenn es um eine Gegenüberstellung und Unterscheidung von körperlicher und massenmedialer Architektur Erfahrung gehen wird. Eine solche Lesart, die beide Wahrnehmungsmuster in Opposition zueinander betrachtet und gegeneinander abwägt – also entweder den Bauten oder den Bildern den Vorzug gibt – liegt implizit auch dem Großteil architekturhistorischer Beschäftigung zugrunde. In dieser Forschungstradition sind Medien primär in ihrer Repräsentationsfunktion von Architektur von Interesse.

88 Ebd., S. 10f.

89 Gieseke, Michael: *Sinnenwandel, Sprachwandel, Kulturwandel: Studien zur Vorgeschichte der Informationsgesellschaft*, Frankfurt am Main 1992, S. 37ff.

90 Faulstich, Werner: *Mediengeschichte von 1700 bis ins 3. Jahrtausend*, Göttingen 2006.

91 Wilke, Jürgen: *Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte*, Köln 2008, S. 304.

2.2 Architekturgeschichte: Architektur und Repräsentation

Als Pionierin architekturtheoretischer Beschäftigung mit Medien gilt Colomina, die 1988 für den Sammelband ‚Architectu-Re-Production‘ verantwortlich zeichnete. Der Titel des Buches verweist bereits darauf, dass sie Reproduktion als integralen Bestandteil des Produktionsprozesses von Architektur versteht. Nach ihrer Ansicht hatte sich seit Beginn des 20. Jahrhunderts durch die Dominanz der Medien – insbesondere durch den Einfluss der Fotografie – fundamental die Art und Weise verändert, wie Architektur erlebt wurde. Das Publikum bestünde seitdem nämlich nur noch zu einem geringen Anteil aus den tatsächlichen Nutzern und Besuchern eines Baus, während die weit größere Masse von Medienkonsumenten gestellt werde:

„Until the advent of photography, and earlier of lithography, the audience of architecture was the user. With photography, the illustrated magazine, and tourism, architecture’s reception began to occur also through an additional social form: consumption. With the enormous amplification of the audience, the relation to the object changed radically. The audience (the tourist in front of a building, the reader of a journal, the viewer of an exhibition or a newspaper advertisement, and even the client who often is also all of the above) increasingly became the user, the one who gave meaning to the work. In turn the work itself changed.“⁹²

Colominas Interesse richtete sich auf ebendieses Zusammenspiel von Produzenten, Produkt und Publikum und zielte letztlich auf eine Neuausrichtung ihres eigenen Forschungsfelds ab. Durchaus bewusst war sie sich nämlich der Tatsache, dass Architekturhistoriker und -theoretiker zu einem gewissen Anteil auch stets Architekturkritik betreiben und den Architekturkanon mitbestimmen. Sie forderte ihre Kollegenschaft dazu auf, Architektur als Institution zu begreifen und als solche auch zu erforschen. Den Anregungen der Frankfurter Schule folgend regte sie an, Architektur als Teil einer „Kulturindustrie“⁹³ zu betrachten und ihre Verbreitungskanäle und Akteure in der architekturhistorischen Forschung stärker in den Blick zu nehmen.

Colomina und die von ihr inspirierten Zeitgenossen konzentrierten sich in ihren Untersuchungen zunächst auf die Avantgardebewegungen zu Beginn des 20. Jahrhunderts

92 Colomina, Beatriz: Introduction. On Architecture, Production and Reproduction, in: Colomina, Beatriz / Ockman, Joan (Hgg.): Architectu-Re-Production, New York 1988a, S. 6–23, S. 9

93 Horkheimer, Max / Adorno, Theodor: Dialektik der Aufklärung, Amsterdam 1947.

– einer Zeit, in der die gestiegene Bedeutung der Presse für den Architekturdiskurs deutlich zu beobachten war. So hätten einzelne Architekten damals enorm viel Aufwand betrieben, die eigenen Werke auszustellen und zu publizieren, so dass die Produktion dieser Sekundärerzeugnisse die eigentliche Bauproduktion bei Weitem überstiegen habe. Nach Ansicht Colominas sei damit in den Medien eine neue Produktionsstätte entstanden, die nun parallel zur Baustelle existiere.⁹⁴

In Kontrast zu Colominas Auffassung, den Medien sei in der Architekturpraxis erst im 20. Jahrhundert größere Bedeutung zugekommen, widmen sich neuere Arbeiten dem Verhältnis von Architektur und Medien verstärkt auch in seiner vollen historischen Bandbreite.⁹⁵ Ein gesteigener Einfluss von Massenmedien um 1900 wird dabei weniger als qualitative denn als quantitative Veränderung interpretiert. Indem man über den Tellerrand des 20. Jahrhunderts hinaus blickte, offenbarte sich deutlich, dass es sich keinesfalls um ein grundsätzlich neues Phänomen handele, sondern vielmehr um eine dem Architekturdiskurs von jeher inhärente Eigenschaft. Colominas Ursprungsgedanke, die Architektur werde nicht nur auf der Baustelle, sondern auch durch die (Architektur)Presse gemacht, lebt jedoch auch in diesen Arbeiten fort. Die Vorstellung, dass materielle und mediale Realität eines Gebäudes eine untrennbare Einheit bilden, die in der Architekturgeschichte zusammen gedacht werden müssen, gilt mittlerweile als fest etabliert. So ist Architekturjournalist Rattenbury der Ansicht, dass die mediale Vermitteltheit eines Baus fester Bestandteil seiner Wirklichkeit sei. In der Einleitung zu seinem Sammelband ‚This Is Not Architecture‘ rüttelt er an unserem Alltagsverständnis, das Architektur zunächst einmal als etwas rein Materielles begreift:

„Architecture’s relationship with its representation is peculiar, powerful and absolutely critical. Architecture is driven by belief in the nature of the real and the physical: the specific qualities of one thing – its material, form, arrangement, substance, detail – over another. It is absolutely rooted in the idea of ‚the thing itself‘. Yet it is discussed, illustrated, explained – even defined – almost entirely through its representations.“⁹⁶

94 Colomina 1988a, S. 16.

95 Melters, Monika /Wagner, Christoph (Hgg.): Die Quadratur des Raumes. Bildmedien der Architektur in Neuzeit und Moderne, Berlin 2017, Sonne, Wolfgang (Hg.): Die Medien der Architektur, München 2011; Beyer, Andreas /Burioni, Matteo /Grave, Johannes (Hg.): Das Auge der Architektur. Zur Frage der Bildlichkeit in der Baukunst, Paderborn 2011; Rattenbury, Kester (Hg.): This Is Not Architecture. Media Constructions, New York 2002.

96 Rattenbury 2002; S. xxi.

In diesem Sinne geht auch der Architekturhistoriker Wolfgang Sonne davon aus, dass diskurstheoretisch gar nicht zwischen einem Gebäude und seinem Abbild unterschieden werden könne. Was er selbst als „Unhintergebarkeit der Dualität von Bau und Medien“ beschreibt, hält im Unterschied zu Colomina jedoch auch er nicht für ein Phänomen erst des 20. Jahrhunderts. Diese Erkenntnis sei vielmehr „ebenso alt wie die Disziplin selbst“.⁹⁷ Somit beobachtet Sonne auch keinen Paradigmenwechsel, sondern lädt „zur besonnenen Reflexion über das grundsätzliche Verhältnis zwischen Architektur und ihren Medien“⁹⁸ ein. Mit Blick auf die Frühe Neuzeit stellt ebenso von Engelberg fest, dass „Architektur als ‚Medienkonstruktion‘ [...] oft irrtümlich für ein Phänomen des 20. und 21. Jahrhunderts gehalten“⁹⁹ werde, das aber auch schon im Zeitalter des Kupferstichs beobachtet werden könne. Unstrittig ist, dass Colominas Ausführungen einen wichtigen und den in diesem Zusammenhang prominentesten Impuls für den Architekturdiskurs darstellten. Auch wenn sich vergleichbare Phänomene für die Vergangenheit diagnostizieren lassen, so stellt die wissenschaftliche Beschäftigung doch auch eine Reaktion auf den von ihr begründeten Paradigmenwechsel dar.

Wenngleich sich die massenmediale Präsentation von Architektur bei weitem nicht in Bildmedien erschöpft, so fällt doch auf, dass sich die architekturhistorische und -theoretische Medienforschung besonders an den Bildern abzarbeiten scheint.¹⁰⁰ So konstatiert Sonne beispielsweise, dass es sich bei den Medien der Architektur hauptsächlich um optische handele, was darauf hinweise, „dass Architektur ganz wesentlich ein visuelles Geschäft“ sei.¹⁰¹ Auch Beyer, Burioni und Grave sind der Ansicht, bei der Reflexion des Verhältnisses von Bauten zu Bildern gehe es um „die grundlegende Frage nach einer genuinen Bildlichkeit der Architektur“.¹⁰²

97 Sonne 2011, S. 7.

98 Ebd., S. 11.

99 Engelberg, Meinrad von: Weder Handwerker noch Ingenieur. Architektenwissen der Neuzeit, in: Dülmen, Richard /Rauschenbach, Sina (Hgg.): Macht des Wissens. Die Entstehung der modernen Wissensgesellschaft, Köln 2004, S. 241–272, S. 252. Vgl. dazu auch: Völkel, Michaela: Das Bild vom Schloss. Darstellung und Selbstdarstellung deutscher Höfe in Architekturstichserien 1600-1800, München 2001.

100 Siehe Fußnoten 18 bis 21. Es sei allerdings darauf hingewiesen, dass sich Architekturhistoriker neuerdings auch häufiger mit dem Verhältnis von Sprache zur Architektur beschäftigen. Siehe: Forty, Adrian: Words and Buildings. A Vocabulary of Modern Architecture, London 2013; Hultzsich, Anne /Mejía Moreno, Catalina: Introduction. Building Word Image. A New Arena for Architectural History, in: Architectural Histories 4 (2016), S. 1-6, <https://journal.eahn.org/articles/10.5334/ah.220/> [Zugriff: 31.04.2017].

101 Sonne 2011, S. 12.

102 Beyer/Burioni/Grave 2011, S. 11.

Gleichzeitig wird aber auch einem verbreiteten Bewusstsein Ausdruck verliehen, dass Architektur auf unzulässige Weise verkürzt werde, reduziere man sie allein auf ihre visuelle Eigenschaften. Im Verständnis von Architekten kommt ein Bauwerk erst als „Raumkunst“,¹⁰³ also als leibliche Erfahrung zu seinem vollen Recht. In diesem Wissen plädieren Beyer, Burioni und Grave denn auch für eine Erweiterung und Neubestimmung des Bildbegriffes. Architektonische Bildlichkeit wollen sie zu diesem Zweck als „Prozesse bildhaften Erscheinens“¹⁰⁴ – das Sehen also als Teil körperlicher Raumerfahrung – verstanden wissen. Die Autoren wenden sich damit gegen eine verbreitete Forschungsperspektive, die Bilder stets in Opposition zu Bauten sieht. Mit ihrem Versuch, Bilder in eine Theorie des architektonischen Raumes einbetten zu wollen, reproduzieren Beyer, Burioni und Grave meiner Ansicht nach aber genau das, was sie zu überwinden vorgeben. Nach meinem Dafürhalten greift eine Verhältnisbestimmung von Bauten und Bildern mithilfe eines wahrnehmenden Subjekts zu kurz, so lange dieses Subjekt nicht auch als gesellschaftliche Entität konzipiert ist, weil dann der konventionalisierte Vermittlungs- und Kommunikationsprozess weitestgehend ausgeblendet wird. Werden die untersuchten Abbildungen stets primär in ihrer Relation zu dem von ihnen repräsentierten Gebäuden betrachtet, kann ihre gesellschaftliche Relevanz meiner Ansicht nach gar nicht erst erfasst werden.

Melters beschreibt den Versuch, das reziproke Verhältnis zwischen Bauten und Bildern analytisch fassen zu wollen, als eine unlösbare Aufgabe, die einer „Quadratur des Raumes“¹⁰⁵ gleichkomme. Sie setzt sich damit von Forschungsansätzen ab, die dem einen oder dem anderen die Vorherrschaft einräumen wollen: „So wie die empiristisch orientierte Architekturgeschichte die Bildmedien letztlich zu Informationsträgern herabgestuft hat, so verschwindet in der media construction das Bauwerk gewissermaßen im Gegenzug hinter seinen Medien.“¹⁰⁶ Bauten und ihre Darstellungen gehören ihrer Ansicht nach gleichermaßen zur „Architektur als gesellschaftlichem Phänomen“.¹⁰⁷ Nach diesem Verständnis wird ein Gebäude erst durch seine Abbildungen und deren Veröffentlichung – also erst durch seine (mediale) Rezeption – zu dem, was es ist. In ihren Worten „emergiert der Bau neu im Feld der Kommunikation“.¹⁰⁸

103 Schmarsow, August: Das Wesen der architektonischen Schöpfung, Leipzig 1894.

104 Beyer/Burioni/Grave 2011, S. 20.

105 Melters, Monika: Die Quadratur des Raumes. Über die historische Dichotomie von Architektur und Bildmedien, in: Dies./Wagner 2017, S. 13-23.

106 Ebd., S. 16.

107 Ebd., S. 22.

108 Ebd., S. 19.

Diesem Ansatz folgt auch das vorliegende Buch, indem es Medien und Bilder, Architekten und Architektur in ihren gesellschaftlichen Kontext einbezieht und explizit als Teil eines wechselseitigen Kommunikationsprozesses zwischen Architekten und Gesellschaft untersucht – letztere personifiziert durch Konkurrenten, Bauherren, Nutzer, Konsumenten und Rezensenten. Die in den letzten Jahren entstandenen architekturhistorischen und -theoretischen Arbeiten zum Thema zeichnen sich meiner Ansicht nach mehrheitlich durch ein etwas selbstreferenzielles Verhältnis zum Architekturdiskurs aus. Wie bereits dargelegt, wurden vor allem einzelne Architekten, Medienformate oder Bauten analysiert.¹⁰⁹ Dies bildet nach meinem Dafürhalten einen zu engen Rahmen, der allein Bedeutungszuschreibungen entdecken lässt, die von Architekten gemacht und an Architekten gerichtet waren, möglicherweise aber auch nur für Architekten Sinn ergaben. Ich gehe im Unterschied dazu davon aus, dass die gesellschaftliche Bedeutung und Wahrnehmung von Architektur nur zu einem gewissen Anteil durch die Institution Architektur geprägt wird, der Colomina zu große Bedeutung beimisst. Die Bewertung bestimmter Bauten und Architekten sowie die Vorstellung, was Architektur leistet oder auch nicht leistet, wird auch von anderen Akteuren mitbestimmt. Diese müssen ebenfalls in den Blick genommen werden, um eine Aussage über den Berufsstand des Architekten und dessen gesellschaftliche Rolle und Bedeutung treffen zu können. Ein solches Vorhaben kann erst durch die Forschungsperspektive der Professionsgeschichte geleistet werden. Denn aus dieser Perspektive werden Architekten mittels ihrer Professionsvertretungen als interessen geleitete Gruppe untersucht und in einen größeren Zusammenhang gebracht.

2.3 Professionsgeschichte: Das Selbstverständnis von Architekten als Profession

In der Architekturgeschichte wird der Beruf des Architekten häufig vor allem in seiner künstlerischen Dimension beschrieben. Gerade diese Zuschreibung macht Architekten wiederum für Professionshistoriker tendenziell uninteressant, da Künstler in der Regel nicht zu den Professionen gezählt werden.¹¹⁰ Taupitz legt diesbezüglich dar, dass sich die Tätigkeitsbereiche von Kulturschaffenden nicht durch die gleiche Weise der Reglementierung auszeichnet und eine institutionalisierte Ausbildung und Prüfung in der Regel fehlte. Ihr Zusammenhalt sei außerdem lose und die Berufsorganisation rudimentär ausgebildet. Darüber hinaus zeichne sich beispielsweise ein Künstler durch ein anderes

109 Siehe Fußnoten 15 bis 22.

Verhältnis zu seinem Kunden aus, da er nicht einen konkreten Auftrag annehme, der entsprechende professionelle Standards zu erfüllen habe, sondern unabhängig entstandene Produkte nachträglich zum Verkauf anbiete.¹¹¹ Zumindest letzteres Argument trifft auch auf Architekten zu.

Inwiefern sich Architekten als Profession auszeichnen, bedarf also einer Erklärung, die hier mit Verweis auf die Definition von Hannes Siegrist geleistet wird, der die Eigenschaften von Professionen anhand von Komplexen beschreibt:

„Der erste Komplex umschreibt die Systematisierung des Wissens und Formalisierung der Ausbildung und Berechtigung, sowie die qualifikationsmäßige Homogenisierung der Berufsangehörigen. Der zweite Aspekt thematisiert die ‚Autonomisierung‘ des Experten gegenüber dem Laien. Ein drittes Element meint die kollektive Autonomie der professionellen Organisation in der Regelung der Beziehungen innerhalb der Berufsgruppe sowie in der Bestimmung der Verhältnisse von Beruf und Berufsausbildung gegenüber der Außenwelt. Viertens wird auf den Zusammenhang zwischen der Profession und der Stellung in der Gesellschaft verwiesen.“¹¹²

Professionen kommt damit ein gesellschaftlicher Sonderstatus zu, der auf mehreren Ebenen verankert sein kann: auf institutioneller Ebene in den Universitäten, auf juristischer Ebene durch Lizenzierung und Titelschutz, auf administrativer Ebene in den Professionsvertretungen sowie auf normativer Ebene in den selbst entwickelten Berufskodizes. Deutlich wird das, wenn wir uns die von Siegrist angesprochenen Aspekte – im Folgenden entlang der Begriffe Verwissenschaftlichung, Expertenstatus, Autonomie und Sozialprestige diskutiert – in Bezug auf die Architekturprofession genauer ansehen.

110 Diesbezüglich hat in den letzten Jahren allerdings ein Umdenken eingesetzt, insofern vermehrt Berufsgruppen in den Blick genommen werden, die den engen Definitionsrahmen einer Professionen sprengen. Auf Kunst- und Kulturschaffende, Komponisten, Drehbuchautoren oder Tänzer scheinen zwar zunächst wenige der professionellen Eigenschaften zuzutreffen, wie sie von Anwälten und Ärzten abgeleitet wurden. Die Professionshistoriker Siegrist und Müller nehmen diese dennoch in den Blick und begründen ihre ungebräuchliche Wahl damit, „dass auch in der Kunst und in der Kultur- und Medienindustrie manche Gruppen ihre Ansprüche auf Macht, Prestige, Einkommen und Einfluss zunehmend mithilfe professioneller, proprietärer und nationaler Schließungsstrategien durchzusetzen versuchen.“ Siehe: Siegrist, Hannes. /Müller, Dietmar (Hgg.): Professionen, Eigentum und Staat. Europäische Entwicklungen im Vergleich. 19. - 20. Jahrhundert, Göttingen 2014, S. 10f; Siegrist, Hannes /Löhr, Isabella /Middell, Matthias (Hgg.): Kultur und Beruf in Europa, Stuttgart 2012.

111 Taupitz, Jochen: Die Standesordnungen der freien Berufe. Geschichtliche Entwicklung, Funktionen, Stellung im Rechtssystem, Berlin 1991, S. 97.

112 Siegrist, Hannes: Bürgerliche Berufe. Die Professionen und das Bürgertum, in: Siegrist, Hannes (Hg.): Bürgerliche Berufe. Zur Sozialgeschichte der freien und akademischen Berufe im internationalen Vergleich, Göttingen 1988, S. 15.

Um als Profession gelten zu können, ist erstens eine Verwissenschaftlichung der Lehrinhalte notwendig, um eine formale Ausbildung bieten und eine verlässliche, einheitliche Qualifizierung der Absolventen sicherstellen zu können. Dies führt zu einer Homogenisierung der angebotenen Leistungen, was eine gewisse Sicherheit für den Auftraggeber bedeutet, der eine bestimmte Arbeitsleistung nachfragt. Als Profession gilt die Architektur also aufgrund ihres akademischen Ausbildungsweges. Um als Architekt anerkannt zu werden, muss neben dem erfolgreichen Abschluss eines entsprechenden Studiums aber auch Praxiserfahrung einer bestimmten Dauer nachgewiesen werden. In einigen Ländern muss zusätzlich eine Prüfung abgelegt werden, die theoretisches wie auch praktisches Wissen prüft.¹¹³

Mit Erfüllung dieser Kriterien ist die Aufnahme in eine Architektenkammer als Gremium beruflicher Selbstregulation möglich. Dies bezeugt letztlich erst den Expertenstatus, der eine Profession zweitens auszeichnet. Denn Architekt darf sich nur nennen, wer eine von einer dazu bestimmten Körperschaft des öffentlichen Rechts¹¹⁴ ausgestellte Lizenz vorweisen kann. Eine solche Lizenz erlaubt zum einen die Verwendung des Architektentitels, zum anderen wird damit eine Bauvorlageberechtigung erteilt. Erst damit können Baugenehmigungsanträge eingereicht werden, deren Bewilligung durch kommunale Baubehörden Grundvoraussetzung für jegliche Bautätigkeit ist.¹¹⁵ Somit ist die Beauftragung eines Architekten Vorbedingung zur Durchführung von Bauprojekten

113 Im Detail unterscheiden sich die Vorgaben in den USA, Großbritannien und Deutschland z. B. bezüglich der zeitlichen Dauer des Studiums sowie der praktischen Arbeit in einem Architekturbüro. Auch wird nicht in allen Ländern eine Prüfung verlangt. Darüber hinaus werden die Regelungen ohnehin nicht auf Bundesebene bestimmt und können innerhalb eines Landes zum Teil erheblich voneinander abweichen.

114 In Deutschland werden Architektentitel und -lizenzen von den Architektenkammern der Bundesländer vergeben, die sich jeweils zwischen 1947 (Saarland) und 1984 (Berlin) gründeten. Ab 1969 schlossen sich die bestehenden Architektenkammern der Länder auch auf nationaler Ebene im Verein der *Bundesarchitektenkammer* zusammen. Zulassungsbeschränkungen gab es für den Beruf des Architekten in Deutschland damit erst vergleichsweise spät – zumindest wenn die etablierten Zulassungsbeschränkungen der Reichskulturkammer während des Nationalsozialismus unberücksichtigt bleiben, die allein auf die Ausgrenzung jüdischer Architekten abzielte. In Großbritannien ist das *Architects Registration Board* (ARB) für die Vergabe der Lizenzen zuständig, das 1931 noch unter dem Titel *Architects' Registration Council of the United Kingdom* (ARCUK) gegründet wurde. In den Vereinigten Staaten wiederum sind es, ähnlich wie in Deutschland, die Registrierungsbehörden der Bundesländer, die für die Lizenzvergabe verantwortlich sind. In Illinois wurde erstmals und schon 1897 ein Gesetz zur Regulierung der Ausübung des Architektenberufs verabschiedet, das zumindest lokale Bedeutung hatte. Seit 1920 sind die Behörden der Länder aber auch auf nationaler Ebene im *National Council of Architectural Registration Boards* (NCARB) zusammengeschlossen.

115 Von dieser Regel sind verschiedene Bauvorhaben kleineren Umfangs ausgenommen. Die konkreten Details dieser möglichen Ausnahmen sind in Deutschland auf Länderebene, in Großbritannien und den Vereinigten Staaten zum Teil auch von den einzelnen Genehmigungsbehörden individuell festgelegt.

und der Sonderstatus eines ‚Professionals‘ gesetzlich verankert. In Anlehnung an den Anwaltszwang ließe sich auch von einem ‚Architektenzwang‘ sprechen.

Diese rechtsstaatlich abgesicherten Privilegien stellen Strategien der Exklusion dar und können unter Umständen zur Monopolbildung führen.¹¹⁶ Durchgesetzt wurden diese von den Professionsorganisationen,¹¹⁷ deren Existenz das dritte Kriterium für die Einstufung als Profession darstellt. Sie zeichnen sich durch ihre Autonomie von politischem Einfluss aus, insofern sie verschiedene Angelegenheiten eigenverantwortlich regeln können. Zum Beispiel stellen sie die Mitglieder der Akkreditierungsinstitutionen¹¹⁸ für Architekturstudiengänge und bestimmen somit die Lehrinhalte der theoretischen Ausbildung. Ebenso legen sie in sogenannten Leistungsphasen Kriterien für die erforderliche Praxiserfahrung fest, die für die Aufnahme als Kammermitglied – und damit für die Anerkennung als Architekt – vorausgesetzt werden.

Viertens zeichnen sich Professionen durch ein hohes Sozialprestige aus. Ihre besondere Stellung leiten sie aus dem vorgeblich interesselosen und gemeinwohlorientierten Handeln ihrer Mitglieder ab. Sichergestellt wird dieses durch einen Ehrenkodex. Professionen grenzen sich explizit gegen unternehmerische Tätigkeiten im Sinne gewinnorientierten Handelns ab. Sie versichern potentiellen Klienten eine sachliche und selbstlose Beratung. Darum ist es Architekten beispielsweise nicht gestattet, Provisionen für empfohlene Produkte oder Ähnliches einzustreichen, denn dies könnte ihre Empfehlungen korrumpieren. Vertreter einer Profession gelten in diesem Sinne als unbestechlich und Auftraggebern wird garantiert, dass die angebotenen Leistungen stets von objektiven Prämissen und nicht von Eigeninteressen wie zum Beispiel einem höheren Umsatz

116 In einer leicht variierten Form seiner Definition von Professionen stellt Siegrist diesen Punkt etwas deutlicher heraus, indem er darauf verweist, dass Professionalisierung gesehen werden kann als „process of separation and exclusion whereby a profession monopolizes occupational opportunities and functions in order to acquire or secure an exalted social and economic status.“ Siehe: Siegrist 1990, S. 177.

117 Auf nationaler Ebene agierende Professionsvertretungen für freiberufliche Architekten gründeten sich in Großbritannien mit dem *Royal Institute of British Architects* (RIBA) 1834, in den Vereinigten Staaten mit dem *American Institute of Architects* (AIA) 1857 und in Deutschland mit dem Bund Deutscher Architekten (BDA) 1907. Zuvor hatten sich aber in allen drei Ländern bereits zahlreiche lokale Architektenvereine etabliert.

118 In Deutschland ist das beispielsweise der *Akkreditierungsverbund für Studiengänge der Architektur und Planung* (ASAP), in den Vereinigten Staaten das 1940 gegründete *National Architectural Accrediting Board* (NAAB) und in Großbritannien wurde diese Aufgabe bis 1997 vom 1931 gegründeten *Board of Architectural Education* (BAE) erledigt, seitdem fällt sie jedoch in den Zuständigkeitsbereich des *Royal Institute of British Architects* (RIBA).

bestimmt sind. Diese Grundsätze sind in einem für alle Mitglieder verbindlichen Berufskodex¹¹⁹ niedergeschrieben, der es ermöglicht, Verstöße zu ahnden.

2.3.1 Professionskulturen in Großbritannien und den USA bis 1900

Der Professionalisierungsprozess einer Berufsgruppe wird maßgeblich anhand der genannten vier Grundpfeiler untersucht: Der Verwissenschaftlichung, die mit einer Akademisierung einher geht; der Expertenstatus, der durch die Lizenzvergabe gesichert ist; die Autonomie, die durch die Institutionalisierung in Form selbstverwalteter Professionsorganisation erreicht wird; und ein hohes Sozialprestige, das aus dem ehrenhaften Verhalten abgeleitet ist, das der Berufskodex vorschreibt. Dabei unterscheiden sich die Entwicklungen der einzelnen Professionen erheblich voneinander und sind überdies von nationalen Besonderheiten geprägt.

In Großbritannien genossen Professionen schon früh besonderes Ansehen, denn aufgrund eines relativ hohen Grades an politischer Unabhängigkeit und korporatistischer Selbstverwaltung fanden sich hier günstige Vorbedingungen für ihre Herausbildung.¹²⁰ Mit der Einführung der Gewerbefreiheit Ende des 18. Jahrhunderts wurden Zunftrechte im Bereich des Handwerks, Gewerbes und Handels eingeschränkt, den für den Staat strategisch wichtigen Berufen wiederum wurde als Professionen hoher gesellschaftlicher Status garantiert.¹²¹ So waren die englischen Vorbilder der Anwälte und Ärzte aufgrund ihrer frühen Autonomie prägend für ihre Kollegen auch im Ausland. Traditionell hatten sie eine Vermittlungsposition zwischen Adel und Bürger inne und genossen damit hohe Anerkennung als „gentlemen's professions“.¹²² Frühe Professionsorganisationen funktionierten als Zusammenschluss besonders renommierter Mitglieder, deren hohes Ansehen sich letztlich auf die Organisation übertrug, so dass in einem zweiten Schritt die

119 In Deutschland verfasste der Bund Deutscher Architekten 1907 erstmals derartige Grundsätze für seine Mitglieder. In den Vereinigten Staaten waren es lokale Vereine wie die *Boston Society of Architects*, die 1895 einen solchen Ehrenkodex festschrieb. In Großbritannien wurden bereits bei der Gründung des RIBA 1834 Verhaltensregeln in die Vereinssatzung mitaufgenommen, aber ein eigenständiger Berufskodex erst 1923 veröffentlicht.

120 Burrage, Michael: Unternehmer, Beamte und freie Berufe. Schlüsselgruppen der bürgerlichen Mittelschichten in England, Frankreich und den Vereinigten Staaten, in: Siegrist 1988, S. 52–82, S. 53f.

121 Siegrist, Hannes: The Professions in Nineteenth-Century Europe, in: Kaelble, Hartmut (Hg.): *The European Way. European Societies During the Nineteenth and Twentieth Centuries*, New York 2004, S. 68–88, S. 76; Siegrist 1988, S. 11–48, S. 13, 23.

122 Gerade die Architektur war im 17. und 18. Jahrhunderts beliebter Zeitvertreib für Adelige in ganz Europa. In Deutschland galt der Architektenberuf zu jener Zeit sogar als angemessenes Berufsfeld für den Adel, der den Sondertypus des Kavalierarchitekten hervorbrachte. Architekten hatten so hohes Ansehen erlangt, dass der Beruf für den niederen Adel attraktiv wurde. Siehe: Ricken 1977, S. 72.

Mitgliedschaft selbst prestigeträchtig wurde.¹²³ Für die Außenwirkung einer Berufsgruppe stellte sich die Gründung solcher Vereine als äußerst vorteilhaft heraus. Das Prinzip wurde auch in andere Länder, zum Beispiel nach Nordamerika exportiert, wo man zwar nicht den Adel, aber das distinguierte Image schätzte.¹²⁴

In den Vereinigten Staaten orientierten sich die Professionen zwar programmatisch am englischen Idealbild, ihre tatsächliche Situation war im Grunde aber eine völlig andere. Ihr Status war hier weder durch staatliche Privilegien von offizieller Seite bestätigt, noch ergaben sie sich aus den Bemühungen der professionellen Berufsvertretungen. Laut Siegrist resultierte ihre Stellung in der Gesellschaft hier (und im Übrigen auch in der Schweiz, wo formale Regelungen ebenfalls fehlten) nicht aus ihrem Verhältnis zum Adel, sondern aus ihrer Vernetzung mit dem Bürgertum sowie einer „unternehmerartigen Mentalität“.¹²⁵ Auch Burrage stellt fest, dass sich die Professionen in den Vereinigten Staaten viel stärker am Unternehmertum orientierten. Gerade aufgrund der fehlenden Tradition von Zünften und Gilden in den Kolonien war hier eine Situation gegeben, die freies wirtschaftliches Handeln begünstigte. Während sich in England das Unternehmertum stark an den Professionen orientierte, war das Verhältnis in den Vereinigten Staaten nach Ansicht Burrages genau umgekehrt. Hier hätten sich die Professionen ihrerseits viel stärker der Praxis von Unternehmern angenähert.¹²⁶ Im Vergleich dazu hatten Unternehmer und Industrielle in Großbritannien geringeres Sozialprestige.¹²⁷

Nicht nur in anderen Ländern, sondern auch für gänzlich andere Berufsgruppen waren die englischen Mediziner und Juristen beispielgebend, was insbesondere für die Gruppe der Ingenieure belegt ist. So gibt Buchanan an, die Berufsvertretung der Ingenieure habe sich am Vorbild der Gentlemen's Clubs orientiert, da diese Teil genau jenes sozialen Milieus gewesen seien, in das die Ingenieure aufzusteigen hofften. Diese Herrenclubs waren Symbol sozialer Distinktion und Abgrenzung nach ‚unten‘, wobei weniger wichtig gewesen sei, wer dazu gehöre, als vielmehr, wer davon ausgeschlossen sei.¹²⁸ Der

123 Brint, Steven G.: In an Age of Experts. The Changing Role of Professionals in Politics and Public Life, Princeton 1996, S. 27f.

124 Gidney, Robert /Millar, Winnifred: Professional Gentlemen. The Professions in Nineteenth-Century Ontario, Toronto/Buffalo 1994, S 14ff.

125 Siegrist 1988, S. 40.

126 Burrage 1988, S. 73.

127 Wende, Peter: Großbritannien 1500-2000, München 2001 (=Oldenbourg Grundriss der Geschichte 32), S. 157.

128 Buchanan, Robert: The Engineers. A History of the Engineering Profession in Britain, 1750-1914, London 1989, S. 195.

Gentleman war für Professionen stets wichtiger Bezugspunkt. Ausgehend von England prägten diese Zuschreibungen das Bild der Professionen als diskret, vertrauenswürdig, verantwortungsbewusst, kultiviert, intellektuell und charakterstark.¹²⁹

Als sich die Mehrzahl der heute existierenden Professionsorganisationen im 19. Jahrhundert gründeten, taten sie dies zunächst in Form von Vereinen, die in Anlehnung an die englischen Vorbilder vor allem ein soziales Umfeld zum Zweck der Geselligkeit, Weiterbildung und Prestigeförderung boten. Dies bot zunächst einmal einen Marktvorteil, indem man sich von weniger kompetenten und weniger ehrenhaften Konkurrenten abgrenzte. Im Laufe des 19. Jahrhunderts war es immer stärker der Markt, der den Status der Professionen bestimmte. Langsam verbreitete sich auch die Idee, die ökonomische Basis einer Berufsgruppe durch Marktschließungsmechanismen absichern zu wollen.¹³⁰ Gegen Ende des 19. Jahrhunderts wurden die anfänglich als Vereine gegründeten Professionsorganisationen zunehmend zu Interessenverbänden und begannen, Lobbyarbeit zu betreiben, indem sie sich für konkrete Ziele wie die Einführung von Lizenzbestimmungen, Mindestanforderungen für die Ausbildung und die Durchsetzung eines Akkreditierungssystems für Hochschulen einsetzten.¹³¹ Erfolgreich waren solche Bemühungen auch deshalb, weil Professionen innerhalb des politischen Klimas des Progressivismus an der Wende zum 20. Jahrhundert zur „national efficiency“¹³² beitrugen. Denn im Zuge der Nationenbildung, der Demokratisierung und Modernisierung kam ihnen die Rolle als Experten zu, die sich durch ein systematisches Wissen auszeichneten.¹³³ Ein allgemeines Bemühen um Fortschritt auf ökonomischer, technologischer und sozialpolitischer Ebene – in den USA besonders innerhalb des Progressive Movements vorangetrieben, in Großbritannien eher durch den Wettlauf der Nationen ausgelöst – ließ auch die Wertschätzung der Professionen als akademische Berufe steigen, weshalb nach Ansicht Siegrists die Geschichte des modernen Nationalstaats ohne die Professionen nicht denkbar sei:

„Sooner or later, the professions became the champions of national society, science, knowledge and culture in all European countries. Professionals represented – together with the nobility and entrepreneurs, and with the literati

129 Brint 1989, S. 121.

130 Siegrist 1988, S. 26.

131 Burrage 1988, S. 74.

132 Wende 2001, S. 156.

133 Siegrist 2004, S. 72f.

and intellectuals, depending on the country in question – the system of dominance and opposition, knowledge and meaning of the world.“¹³⁴

Bezüglich des Professionalisierungsprozesses unterscheidet die Forschung daher einen anglo-amerikanischen von einem kontinentaleuropäischen Weg – bzw. zwischen einer Entwicklung von „unten“ und einer von „oben“. ¹³⁵ Tatsächlich ging die Forschung bis in die 1970er Jahre davon aus, dass Professionen ein allein anglo-amerikanisches Phänomen seien. ¹³⁶ Da im englischsprachigen Kontext der politischen Autonomie von Professionen hohe Bedeutung beigemessen wurde, geriet die Situation beispielsweise in Frankreich oder Deutschland aus dem Fokus, wo die gleichen Berufe an staatlichen Universitäten gelehrt und die Absolventen auf eine Beamtenlaufbahn vorbereitet wurden. ¹³⁷ Die akademische Ausbildung, die heute zu den Grundkonstanten von Professionen zählt, spielte im anglo-amerikanischen Raum bis um 1900 jedoch kaum eine Rolle. Insbesondere bei Ingenieuren war eine „shop culture“, bei Architekten ein Ateliersystem, ¹³⁸ verbreitet, bei der die Ausbildung jeweils in der Praxis stattfand. Im ausgehenden 19. Jahrhundert wurden Universitäten aber auch im englischsprachigen Raum zu einer wichtigen Instanz, deren Absolventen nun erstmals die Mehrheit der Professionen bildeten. ¹³⁹

Damit kommt die Professionsgeschichte zu ähnlichen Ergebnissen wie die Technikgeschichte, die ihrerseits von lokal geprägten Technikstilen ausgeht. König untersucht diese anhand der spezifischen „Technikkultur, Schulkultur und Praxiskultur, Konstruktions- und Produktionskultur“¹⁴⁰ von Maschinenbauingenieuren in Deutschland, Großbritannien, USA und Frankreich. Dabei unterscheidet er eine „Praxiskultur“ in

134 Ebd., S. 81.

135 Siegrist, Hannes: Professionelle Autonomie in der modernen Gesellschaft, Wissenschaft und Kultur, in: Ders. /Müller, Dietmar (Hgg.): Professionen, Eigentum und Staat. Europäische Entwicklungen im Vergleich. 19. - 20. Jahrhundert, Göttingen 2014, S. 15–38, S. 30f.

136 Burrage, Michael: Introduction, in: Burrage/Torstendahl 1990, S. 4f.

137 Der Begriff ‚Profession‘ war im deutschen oder französischen Sprachraum zwar nicht verbreitet. Verwandtschaften bestanden aber zu dort erforschten Gruppen wie ‚Bürgertum‘, ‚Freie Berufe‘, ‚Grand Corps‘, ‚Elité‘ oder ‚Caste‘. Vgl.: Burrage 1988, S. 70; Kocka, Jürgen: ‚Bürgertum‘ and Professions in the Nineteenth Century: Two Alternative Approaches, in: Burrage 1990, S. 62–74.

138 Ricken 1977, S. 97.

139 Lundgreen, Peter: Wissen und Bürgertum. Skizze eines historischen Vergleichs zwischen Preußen/Deutschland, Frankreich, England und den USA, 18.-20. Jahrhundert, in: Siegrist 1988, S. 106–124, S. 121.

140 König, Wolfgang: Künstler und Strichezieher. Konstruktions- und Technikkulturen im deutschen, britischen, amerikanischen und französischen Maschinenbau zwischen 1850 und 1930, Frankfurt am Main 1999, S. 221. König leitet seinen Begriff der ‚Technikkultur‘ von Hughes Terminus des ‚technological style‘ ab. Vgl.: Hughes, Thomas: The Evolution of Large Technological Systems, in: Hughes, Thomas P. /Bijker, Wiebe /Pinch, Trevor: The Social Construction of Technological Systems. New Directions in the Sociology and History of Technology, S. 51–82; Hughes, Thomas P.: Networks of Power. Electrification in Western Society, 1880-1930, Baltimore 1983.

Großbritannien und den USA und eine „Schulkultur“ in Frankreich und Deutschland. Dabei beschreibt der Technikhistoriker genau das, was die Professionsgeschichte als anglo-amerikanischen von einem kontinentaleuropäischen Weg abgrenzt.

2.3.2 Gemeinwohlorientierung der Professionen 1900-1970

Meritokratische Prinzipien hatten innerhalb der Professionen stets große Bedeutung gehabt. Die Leistung eines Professionals wurde mit der Durchsetzung der Lizenzvergabe nun aber nicht mehr anhand seiner individuellen Arbeitsergebnisse bewertet, sondern durch Einführung von Prüfungen und Abschlusszeugnissen standardisiert und vergleichbar gemacht. Zur Legitimation dieser Form des Ausschlusses, die es nur noch Inhabern entsprechender Lizenzen erlaubte, bestimmte Tätigkeiten auszuüben, hatte die Verpflichtung auf das Allgemeinwohl entscheidende Relevanz. Um als Profession anerkannt werden zu können, musste eine Berufsgruppe neben ihrer spezifischen Expertise auch ihre Signifikanz für die Gesellschaft belegen. Die Betonung der Gemeinwohlorientierung von Professionen bekam steigende Bedeutung. Die an Professionen vergebenen Privilegien wurden mit dem Verweis auf den Wert ihrer Leistungen für die Gesellschaft gerechtfertigt und waren akzeptiert, da sie gesellschaftliche Interessen schützten.¹⁴¹

Noch zu Beginn des 20. Jahrhunderts waren Professionen als Gegengewicht zum Unternehmertum betrachtet worden. Der in seiner Zeit einflussreiche Wirtschaftshistoriker und Sozialkritiker Richard Henry Tawney beispielsweise maß den Professionen in seinem Buch über die „Habgierige Gesellschaft“ von 1921 eine Schlüsselrolle bei. Er schlug vor, die Industrie, die von kapitalistischem Gewinnstreben getrieben sei, nach Vorbild professioneller Prinzipien neu zu strukturieren, so dass diese auf das Wohl der Konsumenten anstelle der Produzenten ausgerichtet werde. Den ‚Professional‘ betrachtete er als objektiv handelnden Experten, der seine Dienstleistung an wissenschaftlich gesicherten Erkenntnissen sowie dem Gemeinwohl ausrichte und einem „better service of the public“¹⁴² verpflichtet sei. Um sich in dieser Hinsicht von schnöden Unternehmern abzusetzen, hatte das Werbeverbot für Professionen wichtige Bedeutung:

„Business men may cajole the public from every hoarding. But doctors, architects, consulting engineers, and even lawyers are prohibited by their

¹⁴¹ Brint 1996, S. 34.

¹⁴² Tawney, Richard H.: The Acquisitive Society, London 1921, S. 92.

professional associations from advertising, from having any pecuniary interest in the treatment or course of action recommended to their clients, or from receiving commissions. The fees which the more eminent among them charge may often be excessive. But they may charge for professional services and for nothing else.“¹⁴³

Mit der Wirtschaftskrise veröffentlichten 1933 die Soziologen Carr-Saunders und Wilson das erste Kompendium über Professionen, das die Entstehungsgeschichten von insgesamt 24 Professionen darlegte.¹⁴⁴ Von Professionen im Allgemeinen und Architekten im Besonderen wurde auch darin ein äußerst schmeichelhaftes Bild gezeichnet. Erstere wurden verstanden als „stable elements in society“, bei letzteren verwiesen die Autoren auf die lange Tradition ehrenwerter Gentlemen-Architects und die dazugehörige Kultur exklusiver Gentlemen-Clubs. Generell wurde die Sonderstellung der Architektur unter den Professionen aufgrund ihrer Eigenschaft als Kunst hervorgehoben:

„Architecture differs from every other profession included in this study in that the technique contains an aesthetic element. Indeed, the aesthetic element is fundamental; and no matter how complex the science of building construction is or may become, the architect is only concerned with that science in order to apply it to aesthetic purposes. The architect therefore is not only a professional man but also an artist, and he shares in some measure both the problems and the qualities of temperament commonly associated with artists. [...]“¹⁴⁵

Die Autoren betonten außerdem, dass sich ein Teil der Architektengemeinde aufgrund ihres Selbstverständnisses als Künstler lange Zeit gegen das Lager jener gewehrt habe, die professionstypische Privilegien hatten durchsetzen wollen. Erst 1888 war in London die *Society of Architects* entstanden, die zunächst als Rivale zu den alteingesessenen Architektenvereinen auftrat.¹⁴⁶ Sie setzte sich explizit für den Schutz des Architektentitels und für ein Prüfungssystem als Zulassungsvoraussetzung für Architekten ein. Mit dem

143 Ebd., S. 94.

144 Carr-Saunders, Alexan /Wilson, Paul: *The Professions*, Oxford 1933.

145 Ebd., S. 184.

146 Muthesius, Stefan: ‚Profession or Art?‘ Zur Entwicklung des Architektenberufs in Großbritannien, in: Nerdinger, Winfried (Hg.): *Der Architekt. Geschichte und Gegenwart eines Berufsstandes*, München 2013, S. 181–194; Mace, Angela: *The Royal Institute of British Architects. A Guide to Its Archive and History*, London/New York 1986; Wilton-Ely, John: *The Rise of the Professional Architect in England*; in: Kostof, Spiro: *The Architect. Chapters in the History of the Profession*, New York 1977, S. 180–208.

Verweis auf ihre Eigenschaft als Künstler, deren Leistungen man nicht mit Lizenzen und Prüfungen fest- oder sicherstellen könne, hatten sich die etablierten Architektenvereine bis in die 1930er Jahre gegen solche Bestrebungen ausgesprochen und die gemeinsame Lobbyarbeit verweigert. Aufgrund dieser nicht einheitlichen Position von Architekten waren die Erfolgsaussichten der von der *Society of Architects* eingebrachten Gesetzesvorlagen bis dahin gering gewesen.¹⁴⁷ Drei Jahre vor Erscheinen von Carr-Saunders und Wilsons Buch über die Professionen war der Architektentitel rechtlich abgesichert worden. Der Verweis auf diese internen Unstimmigkeiten legt nahe, dass die Architektenschaft nicht vollständig von der Prestigeträchtigkeit der Professionszugehörigkeit überzeugt gewesen war, sondern vielmehr die Befürchtung hegte, einen Statusverlust zu erleiden. Nicht wenige Stimmen waren schon damals der Meinung, die Architektur werde durch die Zuschreibung als Profession in ihrem Wesen als Kunst beschnitten, denn Zulassungsbeschränkungen, Prüfungen und standardisierte Ausbildungsformate seien nun mal kein adäquates Mittel, um Talent zu erkennen oder zu fördern.¹⁴⁸ Anzunehmen ist, dass gerade in Zeiten der globalen Wirtschaftskrise die ökonomischen Vorteile letztlich überzeugt hatten.

Dass die Architektur trotz aller Unterschiede zu den Professionen gezählt werden konnte, begründeten Carr-Saunders und Wilson mit der gesellschaftlich Bedeutung ihres Aufgabenbereichs – ein Argument, das zu jener Zeit auch Professionen in Nordamerika für sich beanspruchten. In Kanada betonte zum Beispiel der Soziologe Marshall 1939 neben der Reputation der „occupations suitable for a gentleman“¹⁴⁹ auch ihre Aufgabe „[to] find for the sick and suffering democracies a peaceful solution of their problems“¹⁵⁰. In den Vereinigten Staaten veröffentlichte Talcott Parsons im gleichen Jahr einen Aufsatz mit ähnlichem Duktus. Letzterer nahm Professionen als Antipoden von Profitorientierung und Eigennutz wahr, die er als negative Begleiterscheinungen des Kapitalismus betrachte. Aus diesem Grund wirke der Typus der Profession im positiven Sinne anachronistisch.¹⁵¹ Einen Unternehmer stelle man sich in der Regel als Egoisten vor, der im eigenen Interesse

147 Mace 1986, S. xix.

148 Ebd., S. xx.

149 Marshall, Thomas H.: The Recent History of Professionalism in Relation to Social Structure and Social Policy, in: Canadian Journal of Political Science 5 (1939/3), S. 325–340, S. 325.

150 Ebd., S. 340.

151 Parsons, Talcott: The Professions and Social Structure, in: Ders. (Hg.): Essays in Sociological Theory, Glencoe 1954 [1939], S. 34f.

handele, ohne Rücksicht auf andere zu nehmen. Dagegen sehe man im Professional einen Altruisten, der sich dem Gemeinwohl verpflichtet fühle.¹⁵²

Auch nach Ende des Zweiten Weltkriegs blieben diese Ansichten populär, worauf eine Neuauflage von Parsons Text sowie eine Erstveröffentlichung von Durkheims Vorlesung zur Professionsethik aus den 1890er Jahren hinweisen.¹⁵³ Gerade im politischen Klima der Nachkriegszeit wurde der Wert von Professionen endgültig auch vom Staat anerkannt und wertgeschätzt. Der britische Wohlfahrtsstaat war laut Savage Kulminationspunkt professioneller Dominanz.¹⁵⁴ Die Professionen stellten nun jene Akteure bereit, die der Staat als Experten benötigte. Die britischen Professionssoziologen Lewis und Maude sahen ein „Age of the Expert“¹⁵⁵ gekommen, in der Professionen sich als dominante Form der Berufsausübung erfolgreich durchgesetzt hätten. Man befinde sich nun also in einer Gesellschaft „run by specialists and experts“.¹⁵⁶ In den Vereinigten Staaten wurde eine vergleichbare Sichtweise weiterhin einflussreich von Parsons vertreten.¹⁵⁷

2.3.3 Neoliberale Kritik an den Professionsprivilegien

Ende der 1960er bekam das positive Bild der Professionen erste Risse. Fest verankert in ihrer Rolle als Experten waren Professionen eng mit der Politik der Nachkriegs- und Wohlfahrtsgesellschaft verbunden. Im politischen Klima der Studentenbewegung der 1960er Jahre wurden sie daher auch mit dem Establishment assoziiert und mit dem neoliberalen Geist der 1970er Jahre wurden sie Ziel von Monopolgegnern, die ihren Expertenstatus und ihre Exklusivität nicht mehr anerkannten.

Auch von Sozialwissenschaftlern wurden sie in den USA wie auch in Großbritannien in zahlreichen neuen Studien zunehmend kritisch beäugt.¹⁵⁸ Die bis dahin verbreitete,

152 Ebd., S. 36.

153 Durkheim, Émile: Professional Ethics and Civic Morals, London 1957 [1922].

154 Savage, Mike: Individuality and Class. The Rise and Fall of the Gentlemanly Social Contract in Britain, in: Zunz, Olivier /Schoppa, Leonard /Hiwatari, Nobuhiro (Hgg.): Social Contracts Under Stress. The Middle Classes of America, Europe, and Japan at the Turn of the Century, New York 2002, S. 47–65, S. 51.

155 Lewis, Roy /Maude, Angus: Professional People, London 1952, S. 2.

156 Ebd., S. 2.

157 Parsons, Talcott: Professions, in: Sills, David L. (Hg.): International Encyclopedia of the Social Sciences, New York u. a. 1968, S. 536–547.

158 Ben-David, Joseph: Professions in the Class System of Present-Day Societies, in: Current Sociology 12 (1964/3), S. 247–298; Lieberman, Jethro K.: The Tyranny of the Experts; How Professionals are Closing the Open Society, New York 1970; Freidson, Eliot: Professional Dominance, Chicago 1970; Jackson, John A.: Professions and Professionalization, London 1971; Johnson, Terence J.: Professions and Power, London 1972; Berlant, Jeffrey L.: Profession and Monopoly, Berkeley 1975; Larson, Magali S.: The Rise of Professionalism. Monopolies of Competence and Sheltered Markets, New Brunswick 1977; Goldman, Alan H.: The Moral Foundations of Professional Ethics, Totowa 1980.

wohlwollende „Parsonian conception“¹⁵⁹ wurde von Professionssoziologen überprüft, was eine „revisionistische Welle“¹⁶⁰ auslöste. Insbesondere wurde der stets wiederholte Verweis auf die Gemeinwohlorientierung zunehmend angezweifelt und als leere Rhetorik diffamiert.

Professionen wurden nun vielmehr als Teil eines rigiden Klassensystems wahrgenommen, das sozialen Aufstieg erschwere. Den Sonderstatus der Professionen, der sich von ihrer vermittelnden Stellung zwischen politischer Macht und Bürger abgeleitet hatte, sowie durch ihre Wissenskultur und Berufsehre legitimiert worden war, wurde folglich in einem gänzlich neuen Licht gesehen. Aus der Perspektive des Neoliberalismus wurden Privilegien der Professionen als Markthindernis verstanden. An der gesellschaftlichen Position interessierte jetzt vielmehr ihre Machtstellung¹⁶¹ und ihre Tendenz zur Monopolbildung.¹⁶² Die ethischen Grundsätze der Professionen wurden in dieser Zeit „questioned as never before in history“, ¹⁶³ gesprochen wurde gar von einer „Tyranny of the Expert“, ¹⁶⁴ dessen „moral foundations of professional ethics“¹⁶⁵ fragwürdig seien.

Der Status der Professionen wurde nun als institutionalisierte Macht begriffen, die Resultat ebenso institutionalisierter Verbindungen zur Staats- und Wirtschaftsmacht sei. Damit wurde von Kritikern die korporatistischen Eigenschaften der Professionen hervorgekehrt. Die wissenschaftlich-akademische Basis, mit der die eigene Sonderstellung bislang begründet worden war, trat in den Hintergrund.¹⁶⁶ In Zweifel gezogen wurden gerade auch die selbstdefinierten Wissensbereiche der einzelnen Professionen, die nun gesehen wurden als „exclusive occupational groups applying somewhat abstract knowledge“. ¹⁶⁷ Das Allgemeinwohl als Bezugspunkt und Legitimation war derart problematisch geworden, dass es ab den 1980er Jahren aus den Selbstbeschreibungen der

159 Geison, Gerald L.: Introduction, in: Ders. (Hg.): *Professions and Professional Ideologies in America*, Chapel Hill 1983, S. 3–11, S. 5.

160 Collins, Randall: *Changing Conceptions in the Sociology of the Professions*, in: Thorstendahl, Rolf /Burrage, Michael (Hgg.): *The Formation of the Professions. Knowledge, State and Strategy*, London 1990, S. 11–23, S. 13.

161 Johnson, Terence J.: *Professions and Power*, London 1972.

162 Larson, Magali S.: *The Rise of Professionalism. Monopolies of Competence and Sheltered Markets*, New Brunswick 1977.

163 Bayles, Michael D.: *Professional Ethics*, Belmont 1981, S. ix.

164 Lieberman, Jethro K.: *The Tyranny of the Experts; How Professionals are Closing the Open Society*, New York 1970.

165 Goldman, Alan H.: *The Moral Foundations of Professional Ethics*, Totowa 1980.

166 Lo, Ming-Cheng M.: *The Professions: Prodigal Daughters of Modernity*, in: Adams, Julia /Clemens, Elisabeth S. /Orloff, Ann S. (Hgg.): *Remaking Modernity. Politics, History, and Sociology*, Durham 2005, S. 381–406, S. 381f.

167 Abbott, Andrew D.: *The System of Professions. An Essay on the Division of Expert Labor*, Chicago 1988, S. 8.

Professionen nahezu vollständig verschwunden war.¹⁶⁸ Sozialer Auftrag und hohe ethische Standards der Professionen waren als Mythen diffamiert.¹⁶⁹

Diese Kritik richtete sich auch gegen Architekten. Ihre selbst bekundete Gemeinwohlverpflichtung war bis dahin aus der Tatsache abgeleitet worden, dass die Öffentliche Hand als wichtigster Bauherr der vergangenen Jahrzehnte fungiert hatte. Nicht zuletzt der Watergate-Skandal und die sich daran anschließende Kritik am Establishment hatte aber gerade diese Verbindung zweifelhaft erscheinen lassen. Einige der in den Skandal verwickelte Personen waren, wie auch Nixon selbst, Anwälte – eine Profession mit hoher identifikatorischer Funktion für alle Professionen, die sich im späten 19. Jahrhundert neu etabliert hatten. Fraglich erschien nun, ob sich die Interessen von Architekten mit denen der Allgemeinheit überhaupt deckten. Auch das *American Institute of Architects* hatte mit einzelnen Skandalen zu kämpfen, die ein negatives Bild der eigenen Profession zeichnete:

„During 1973, a few highly publicized incidents of design firm involvement in political corruption cast an unflattering light on the professional ethics of architects and engineers.“¹⁷⁰

Die propagierte „Anwaltsfunktion des Architekten“¹⁷¹ in Vertretung des Bürgers als Bauherr wurde nun unglaubwürdig und als leere Floskel gewertet. Kritiker erinnerten sich stattdessen wieder daran, dass der Gentlemen-Architect traditionell dem Adel verpflichtet gewesen war und somit immer schon die politische und ökonomische Macht repräsentiert habe, was ihn auch nun wieder als Komplizen des Establishments erscheinen ließ.¹⁷²

Im Zeichen von Neoliberalismus und Deregulierung wurde Architekten und anderen Professionen unterstellt, mit ihren Berufskodizes Monopolbildungen zu fördern und Selbstregulierungsmechanismen des freien Marktes zu behindern. In Großbritannien wie auch in den Vereinigten Staaten führte diese Kritik letztlich dazu, dass zahlreiche Berufsgruppen ihre Professionsprivilegien wie Honorarordnungen und Tariffestsetzungen auf Druck der Kartellbehörden abgeschafften. Auch die Abschaffung des Werbeverbots war letztlich eine Art Nebeneffekt dieser von außen aufoktroyierten Entwicklung.

168 Brint 1996, S. 42f.

169 Ebd., S. 40.

170 AIA/509, AIA Annual Report 1973, S. 12.

171 Ricken, Herbert: Der Architekt. Geschichte eines Berufs, Berlin 1977, S. 132.

172 Perkin, Harold J.: The Rise of Professional Society. England Since 1880, London/New York 1989, S. 474.

3 Werbeverbot von Architekten am Beispiel des Royal Institute of Architects (RIBA), 1923–1986

„The best advertisement for architects and architecture will always be well designed buildings and satisfied clients and users.“¹⁷³

Wie die Ausführungen über die nationalen Unterschiede von Professionen bereits verdeutlichten hatten die britischen ‚Gentlemen’s Professions‘ weltweit Vorbildcharakter. Ihr spezifisches Ehrverständnis war mit marktschreierischer Werbetätigkeit unvereinbar. Aus diesem Grund und nach Vorbild der Anwälte und Ärzte integrierten auch Architekten ein Werbeverbot in ihren Ehrenkodex. Vom *Royal Institute of British Architects* (RIBA) wurde ein solches erstmals 1923 verschriftlicht. Es stellte eine Reaktion auf die Konkurrenzsituation des freien Marktes dar. Insbesondere um sich gegen Bauunternehmer zu positionieren, diente das Werbeverbot zur Distanzierung von unternehmerischem Handeln. In dieser Funktion war das Werbeverbot auch ein gewichtiges Argument, um den Schutz des Architektentitels politisch durchsetzen zu können, wofür sich das RIBA seit Beginn des 20. Jahrhunderts bemühte.¹⁷⁴ Das Grundprinzip lautete, dass die mediale Selbstdarstellung von Architekten „in an unostentatious manner“ zu geschehen habe.

Auch der Ehrenkodex US-amerikanischer Architekten beinhaltete ein solches Werbeverbot, dort wurde es sogar früher kodifiziert. Vom AIA wurde es aber nicht in der gleichen Weise problematisiert, was den Fokus des folgenden Kapitels auf die britische Situation begründet. Die untersuchten Quellen verdeutlichen, dass im Verlaufe des Untersuchungszeitraums die vom RIBA anfangs klar gezogene Grenze zwischen unerlaubtem ‚Advertising‘ und erwünschter ‚Publicity‘ zunehmend schwieriger zu ziehen war. So verweisen die häufigen Überarbeitungen des „RIBA Code of Professional Conduct“ zwischen 1923 und 1986 auf die Schwierigkeiten, die sich bei der Suche nach adäquaten und praxistauglichen Formulierungen für das Werbeverbot ergaben. Die Sitzungsprotokolle des *RIBA Council*, des *RIBA Professional Practice Committee* (PPC) und des *RIBA Public Relations Committee* (PRC) führen überdies vor Augen, welche fatale Auswirkungen das Verbot für freiberufliche Architekten haben konnte. Anhand von Publikationen des RIBA wie dem „*Handbook of Architectural Practice*“ und Beiträgen im *RIBA Journal* lässt sich außerdem zeigen, welche Empfehlungen das RIBA seinen

173 RIBA Handbook of Architectural Practice, London 1963, Part 2.540, S. 1

174 Mace, Angela: The Royal Institute of British Architects. A Guide to Its Archive and History, London/New York 1986, S. xx.

Mitgliedern für den Umgang mit Massenmedien gab. Die innerhalb des RIBA geführten Debatten über das Werbeverbot von Architekten waren demnach – so die These des folgenden Kapitels – Ausdruck eines konfliktreichen Verhältnisses von tradiertem Professionsverständnis und einer sich entwickelnden Mediengesellschaft.

3.1 Ehrenkodex des RIBA – Integrität, Objektivität, Kollegialität

Eine wichtige Motivation zur Gründung des RIBA 1834 hatte sich aus einer für qualitätsbewusste Architekten kritikwürdigen Situation innerhalb des Baugewerbes ergeben. So schien die Ehre des Architekturberufs durch Einzelakteure bedroht, die primär monetäre Interessen verfolgten und sich nicht der Bauqualität verpflichtet sahen. Die teils unlautere und inkompetente Arbeitsweise von Bauunternehmern, die sich bis zur Durchsetzung des Titelschutzes 1938 ebenfalls Architekt nennen durften, gefährdete in der Wahrnehmung zeitgenössischer Architekten das Ansehen ihres Berufsstandes.¹⁷⁵ Die Bildung einer Interessenvertretung sollte daher auch dazu dienen, „to improve the reputation and status of architects by establishing ‚uniformity and respectability of practice‘“. ¹⁷⁶

Um das Renommee der Organisation sicherzustellen wurden die Mitglieder zur Einhaltung eines Verhaltenskodexes verpflichtet, der zunächst in den Statuten der Organisation festgehalten war. Das RIBA behielt es sich vor, jegliches Verhalten zu ahnden, das nach Ansicht des Rates gegen die Ehre der Profession verstieß. Gegebenenfalls konnte Architekten, die sich eines Verstoßes schuldig gemacht hatten, die Mitgliedschaft entzogen werden. Auf eine genauere Definition eines solchen ‚unprofessionellen Verhaltens‘ wurde jedoch zunächst verzichtet.¹⁷⁷ 1923 formulierte das RIBA einen eigenständigen Verhaltenskodex für seine Mitglieder, der unter dem Titel „Suggestions Governing Professional Conduct and Practice of Architects“ fortan im jährlich erscheinenden *RIBA Kalendar* veröffentlicht wurde. Ab 1929 wurde dieses Schriftstück „Code of Professional Practice“ betitelt und 1950 schließlich in „Code of Professional Conduct“ umbenannt.¹⁷⁸ Seit diesem Jahr wurde der Ehrenkodex auch als separates Dokument veröffentlicht und unter diesem Titel wird der Regelkatalog bis heute geführt.¹⁷⁹

¹⁷⁵ Mace 1986, S. xiv.

¹⁷⁶ Ebd., S. xvi.

¹⁷⁷ Ebd., S. 59.

¹⁷⁸ Ebd., S. 154.

¹⁷⁹ Aktuell gilt eine Neuauflage des RIBA Ehrenkodex aus dem Jahr 2005 als verpflichtend: <https://www.architecture.com/RIBA/Professionalsupport/Professionalstandards/CodeOfConduct.aspx> [Zugriff: 14.01.2018].

Die Ursprungsversion von 1923 umfasste insgesamt elf Paragraphen, die das Verhältnis des Architekten zu seinen Auftraggebern (Bauherren), seinen Auftragnehmern (Bauunternehmen) und seinen Berufskollegen (Architekten) regelten.¹⁸⁰ Kernelement professionellen Verhaltens stellte zunächst einmal die Integrität gegenüber dem Bauherren dar, die Gegenstand von fünf der elf Paragraphen war. Um die Loyalität gegenüber dem Bauherrn sicherzustellen, wurde einem Architekten gleich in Artikel 1 des RIBA Ehrenkodexes jegliche unternehmerische Tätigkeit untersagt. Damit sollte garantiert werden, dass ein Klient stets auf objektive – und damit professionelle – Art und Weise beraten werde, der Architekt also keine eigennützigen Empfehlungen aussprechen oder Entscheidungen treffen könne. Eine finanzielle Vorteilnahme des Architekten sollte durch die Festlegung verhindert werden, dass die Vergütung eines Architekten stets durch ein vom Klienten bezahltes Honorar bzw. Gehalt erfolgen müsse. Ein Architekt durfte also niemals prozentual an Gewinnen oder Verkäufen beteiligt werden, wodurch z. B. seine Empfehlung für die Verwendung eines bestimmten Materials fragwürdig erschienen wäre. Daher wurde festgesetzt, dass er weder Provisionen („commissions“) noch Ermäßigungen („discounts“) vergeben oder erhalten dürfe.

In Artikel 2 des Kodexes wurde Architekten zwar grundsätzlich ein kommerzielles Interesse an Materialien, Geräten und Erfindungen im Baubereich zugestanden, sie wurden jedoch dazu verpflichtet, dieses ihren Klienten offenzulegen und vorab deren Erlaubnis einzuholen.¹⁸¹ In keinem Falle durfte laut Artikel 11 das Gehalt eines Architekten an den Profit eines Unternehmens gekoppelt sein. Auch war es Mitgliedern des RIBA durch Artikel 10 untersagt, Häuser zu verkaufen oder zu versteigern. Der prestigeträchtige Titel „RIBA Architect“ musste über jeden Zweifel erhaben bleiben und durfte einem Käufer nicht den Eindruck vermitteln, das RIBA oder eines seiner Mitglieder spreche eine Kaufempfehlung aus.

All diese Verhaltensregeln dienten dazu, potentiellen Bauherren die Integrität ihres Architekten zu versichern und damit ein hohes Ansehen des Berufsstandes sicherzustellen.

180 Suggestions Governing the Professional Conduct and Practice of Architects, in: RIBA Kalendar, London 1923, S. 76f.

181 In einer späteren Variante von 1950 wurde ihm explizit erlaubt, für Bauunternehmer, Produkthersteller oder Immobilienmakler beratend tätig zu sein. In einem solchen Fall musste er jedoch ein festes Einkommen beziehen, das nicht an Verkaufszahlen gekoppelt war. Die Einwerbung von Aufträgen für Fremdfirmen war ihm strikt untersagt. Darüber hinaus war es diesen Firmen verboten, mit seinem Architektentitel Werbung zu betreiben. Auch auf offiziellen Unterlagen wie Briefköpfen durfte der Architektentitel nur dann verwendet werden, wenn er explizit auf die Architektenleistungen genannter Person verwies. Dies galt auch für den Fall, dass besagter Architekt als Leiter dieser Firma agierte. Siehe: RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, London 1950, Abschnitt 4 (a-c).

Einige der oben genannten Paragraphen thematisierten gleichzeitig das Verhältnis zu Bauunternehmen, die mit der Ausführung eines Bauprojektes betraut waren und somit als Auftragnehmer von Architekten agierten. Der Kodex betonte in diesem Zusammenhang, dass ein Architekt mit Baufirmen keine gemeinsame Sache machen dürfe. Aus diesem Grund war es Architekten durch Artikel 6 und Artikel 9 verboten, Zahlungen von Bauunternehmern anzunehmen, denn dies hätte ihre Empfehlungen bei der Auftragsvergabe von Bauleistungen korrumpiert. Ihren Auftragnehmern waren Architekten laut ihrer Berufsethik also weit weniger verpflichtet als ihren Auftraggebern. Ihre Rolle bestand primär darin, die Interessen der Bauherren gegenüber ausführenden Firmen zu vertreten. Artikel 5 forderte immerhin die Objektivität gegenüber Bauunternehmen ein. Bei Streitigkeiten zwischen Bauherren und Baufirmen, bei denen Architekten als Vertreter ihrer Klienten auftraten, hatte ein Architekt demnach unparteiisch zu sein und auf Fairness zwischen den Parteien zu achten.

Ein weiterer Grundpfeiler der Professionsehre stellte die Kollegialität unter Architekten dar. Auch diesem Aspekt widmeten sich mehrere der Paragraphen. Zum einen sollten Architekten laut Artikel 4 nicht in Konkurrenz zueinander treten, indem sie sich beispielsweise durch Preisunterbietungen gegenseitig auszustecken versuchten. Auch durfte nach Artikel 8 kein Architekt, der als Gutachter bei einem Architekturwettbewerb gedient hatte, im Anschluss an dessen Durchführung selbst den Auftrag übernehmen, womit er aus der Arbeit der Kollegen Profit geschlagen hätte. Generell durfte nur an Wettbewerben teilgenommen werden, die ausdrücklich vom RIBA genehmigt wurden, also wenn sie dem Grundsatz der Kollegialität entsprachen, ohne eine illegitime Konkurrenzsituation zwischen Architekten herbeizuführen.

Die Kollegialitätsregeln zielten nicht nur darauf ab, ein einträchtiges Miteinander sicherzustellen. Die eigentliche Motivation dahinter stellte der Wunsch nach sozialer Absicherung des gesamten Berufsstandes dar, wozu nicht zuletzt auch das Sicherstellen eines angemessenen Gehaltsniveaus und Lebensstandards gehörte. Preisunterbietungen waren untersagt, weil dadurch der gesamte Berufsstand auf lange Sicht unter finanziellen Einbußen gelitten hätte. Die Durchsetzung einer Honorarordnung wie auch die Regelung von Architekturwettbewerben hatte aus diesem Grund schon bei der Gründung des RIBA 1834 zu einem der wichtigsten Betätigungsfelder des RIBA gezählt.¹⁸² Durchzusetzen

182 Mace 1986, S. xvii.

waren beide Ziele nur, wenn sich alle RIBA-Mitglieder an die Vorgaben hielten, weshalb Uniformität und Kollegialität zum Fundament des Berufskodexes gehörten.

Verstöße gegen diese Verhaltensnormen wurden vom eigens eingerichteten *Professional Conduct Committee* (PCC) geprüft und gegebenenfalls geahndet. In einigen Fällen wurden Verwarnungen, Suspendierungen oder Ausschlüsse gegen solche Mitglieder ausgesprochen, die sich unprofessionellen Verhaltens schuldig gemacht hatten. Die Aberkennung des Mitgliedsstatus bei bewiesenem Verstoß gegen die Verhaltensregeln war dem RIBA per königlicher Satzung zugesichert.¹⁸³ Angeklagt wurden Architekten, die sich in Immobilien- und Baufirmen engagiert hatten, die Preisunterbietungen betrieben und damit die Gebührenordnung missachtet hatten, die der Verdrängung von Berufskollegen beschuldigt wurden oder in unerlaubter Weise Werbung betrieben hatten.¹⁸⁴

Mit dem Entzug der Mitgliedschaft wurden vornehmlich tatsächliche Betrugsfälle bestraft. Ein solches Beispiel ist für den Architekten William Beech dokumentiert: Zusammen mit drei Komplizen wurde er im Februar 1949 beschuldigt, die *War Damage Commission* der britischen Regierung betrogen zu haben. Offenbar hatten die Männer zwischen 1945 und 1948 in konspirativer Weise zusammengearbeitet und bei der Kommission Kriegszerstörungen verschiedener Immobilien zur Kenntnis gebracht. Dabei hatten sie überhöhte Immobilienwerte angegeben und für die angeblich in Stand gesetzten Bauten eine finanzielle Beihilfe erhalten. Der Gärtner Edward Dilley agierte dabei als Eigentümer der vermeintlich beschädigten Bauten, der amtliche Inspektor Ernest Evans hatte die angeblichen Schäden offiziell bestätigt, Horatio Claude Gilbert gab als Bauunternehmer an, die Ausbesserungsarbeiten durchgeführt zu haben und der Architekt William Beech trat in der Angelegenheit als verantwortlicher Planer auf.¹⁸⁵ Letztlich wurden der Architekt Beech zwar vor Gericht freigesprochen,¹⁸⁶ den Architektentitel des RIBA durfte er fortan jedoch nicht mehr tragen.¹⁸⁷ Verstöße gegen das Werbeverbot wurden dagegen weniger hart bestraft. Wie die Quellen zeigen, zogen sie aber zumindest Verwarnungen nach sich und konnten in Einzelfällen auch zum zeitlich begrenzten Entzug der RIBA-Mitgliedschaft führen.

183 Ebd., S. 60.

184 Ebd., S. 59.

185 Four Men on Conspiracy Charge, in: Nottingham Evening Post, 07.02.1949, S. 5f.

186 War Damage Offences, in: Nottingham Evening Post, 01.04.1949, S. 1; Architect Cleared Of Fraud, in: Gloucester Citizen, 01.04.1949, S. 12.

187 RIBA/CNCL/1.2.2, Report of the Professional Conduct Committee, S. 2, RIBA Council Minutes vom 21.06.1949, Anlage O.

3.1.1 Werbeverbot im Ehrenkodex des RIBA

In der ersten Auflage des RIBA-Ehrenkodexes des Jahres 1923 war das Werbeverbot im Artikel 3 festgehalten. In seiner Ursprungsfassung lautete es zunächst folgendermaßen:

„An Architect must not publicly advertise nor offer his services by means of circulars. He may, however, publish illustrations or descriptions of his work, and exhibit his name on buildings in course of execution (providing it is done in an unostentatious manner) and may sign them when completed.“¹⁸⁸

Gegenüber allen andern Paragraphen im Kodex nahm es in gewisser Weise eine Sonderstellung ein, denn es berührte gleichermaßen das Verhältnis zu Bauherr, Bauunternehmer und Kollegen. Der Verzicht auf persuasive Werbestrategien war zuerst Ausdruck professioneller Integrität gegenüber potentiellen Bauherren. Architekten beriefen sich damit auf ihre Kompetenz, die nach ihrem Verständnis keiner Überredungskünste bedurfte. Zweitens grenzten sich Architekten damit von der Konkurrenz der Bauunternehmer ab, die auf derartige Reklamepraktiken zurückgriffen. Zum dritten forderte auch die Kollegialität den Verzicht auf Werbestrategien, denn ein Architekt hatte sich durch seine Leistungen hervorzutun und sollte sich durch Reklame keinen Vorteil gegenüber seinen Kollegen verschaffen. So gesehen hatte das Werbeverbot primär symbolische Bedeutung, indem es ein Verhalten einforderte, das dem besonderen sozialen Status und Prestige eines Architekten als angemessen galt.

Der gesamte Berufskodex unterlag im Untersuchungszeitraum Veränderungen, aber insbesondere der Abschnitt zum Werbeverbot wurde immer wieder überarbeitet, konkretisiert und vor allem immens ausgeweitet. Zwischen seiner ersten Formulierung 1923 und seiner Abschaffung 1986 wurde er insgesamt zwölf Mal redigiert. Während in seiner Ursprungsversion noch zwei kurze Sätze ausreichten, um das Verhältnis von Architekten zur Werbung zu regeln, sollte sich die Länge des Werbeverbots in den folgenden Jahrzehnten ver Hundertfachen. Allein diese Tatsache mag verdeutlichen, welche Bedeutung dem Werbeparagraphen im Verlauf des 20. Jahrhunderts zukam.

Erstmals überarbeitet wurde die Ursprungsversion 1927, also bereits 4 Jahre nach ihrer Erstveröffentlichung.¹⁸⁹ Die Länge des Paragraph verdreifachte sich dabei, um detaillierte

188 Suggestions Governing the Professional Conduct and Practice of Architects, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1923, S. 76.

189 Suggestions Governing the Professional Conduct and Practice of Architects, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1927, S. 101.

Vorgaben bezüglich der Form von Baustellenschildern aufnehmen zu können. Nahezu erneut verdoppelt wurde der Werbeparagraph dann 1933, wobei die zusätzlich eingefügten Absätze primär die Veröffentlichung von Baubeschreibungen und Abbildungen in der Presse behandelten.¹⁹⁰ Insbesondere in Zeiten schlechter Auftragslage bemühte sich das RIBA, das Konkurrenzverhalten unter Architekten mithilfe der Regelungen der Werbetätigkeiten in einem tolerierbaren Maß zu halten. So wurde das Werbeverbot gerade in der Wirtschaftskrise der 1930er und den Kriegsjahren der 1940er Jahre weiter ausgeweitet, um unternehmerische Aktivitäten zu unterbinden. Beispielsweise wurde 1937 ein Passus aufgenommen, der Architekten untersagte, mit ihrem Titel für Fremdfirmen zu werben. 1943 wurde ein Vermerk eingefügt, der Architekten verbot, für Makler oder bei Versteigerungen tätig zu werden.¹⁹¹

So können die Verschärfungen des Werbeverbots bis zu einem gewissen Grad als Reaktion auf wirtschaftlich prekäre Zeiten verstanden werden, in denen allzu aggressives Konkurrenzverhalten und unternehmerisches Gebaren unter den Mitgliedern verhindert werden sollte. Auch lassen sich die Kürzungen des Regelkatalogs in den Jahren 1946¹⁹² und 1950¹⁹³ als Folge des Kriegsendes und wirtschaftlicher Entspannung betrachten.

Durch staatliche Bauprogramme und zunehmende private Bautätigkeit zu Beginn der 1950er Jahre verbesserte sich auch die Auftragslage für Architekten.¹⁹⁴ Es folgte eine zwanzig Jahre lang andauernde Zeit des Booms und stabiler Nachkriegsordnung,¹⁹⁵ die auch das Bauvolumen steigen ließ.¹⁹⁶ Doch bereits 1953 erfuhr das Werbeverbot eine erneute Ausweitung, die somit nicht mit der Wirtschaftslage begründet werden kann.¹⁹⁷ Auch wenn die nächste überarbeitete Fassung des Werbeverbots erst zwanzig Jahre später erfolgen sollte¹⁹⁸ und auf den ersten Blick dem Ende der Boomphase zu entsprechen scheint, legen die Quellen einen andern Schluss nahe. Zwar blieb die Version des Jahres

190 Code of Professional Practice, Abschnitt 3(a-e), in: RIBA Kalendar, London 1933, S. 20f.

191 Code of Professional Practice, Abschnitt 3(a-e), in: RIBA Kalendar, London 1943, S. 183f.

192 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Practice, 1946, Abschnitt 3(a-g).

193 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, 1950, Abschnitt 6(a-c), 7(a-b), 8(a-b), 9.

194 Vgl.: Brüggemeier, Franz-Josef: Geschichte Grossbritanniens im 20. Jahrhundert, München 2010, S. 228f; Sebestyén, Gyula: Construction. Craft to Industry, London/New York 1998, S. 34f; Powell, C. G.: The British Building Industry Since 1800. An Economic History, London,, New York 1996, S. 151f.

195 Doering-Manteuffel, Anselm /Raphael, Lutz: Nach dem Boom. Perspektiven auf die Zeitgeschichte seit 1970, Göttingen ³2012, S. 26.

196 Powell, Christopher: The British Building Industry Since 1800. An Economic History, London/New York 1996, S. 144.

197 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, 1953, Abschnitt 6(a-e), 7(a-b), 8(a-b), 9.

198 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, 1973, Abschnitt 6(a-i), 7(a-b), 8(a-b), 9.

1953 für zwanzig Jahre in unveränderter Form maßgebend. Dies bedeutete jedoch nicht, dass in dieser Zeit Einigkeit bezüglich des Regelkatalogs bestanden hätte.

Wie die Sitzungsprotokolle des *Architects Registration Board* beweisen, wurde gerade zwischen 1953 und 1973 über zahlreiche strittige Punkte des Werbeverbots intensiv debattiert. Es gab allerdings so viele Details zu beachten, unterschiedliche Positionen zu berücksichtigen und Parteien zufrieden zu stellen, dass sich die Verantwortlichen erst zwanzig Jahre später auf eine Fassung einigen sollten. 1973 wurde dann auch die restriktivste Version des britischen Werbeverbots vorgelegt, die ausführlichste und Variante wiederum stammt aus dem Jahr 1978 und zählte ganze 3.500 Zeichen.¹⁹⁹ Damit hatte sich die Zeichenzahl gegenüber der Erstauflage mehr als ver Hundertfacht.

Erst jetzt wurde es RIBA-Mitgliedern ausdrücklich gestattet, einen professionellen PR-Agenten zu engagieren. Die Entscheidung des RIBA erscheint durchaus konsequent, denn die aufgestellten Regeln waren mittlerweile so komplex geworden, dass sie vermutlich nur noch von Experten überblickt werden konnten. Damit erlaubte das RIBA allerdings 1978 erstmals eine Praxis, die von den Kollegen des AIA bereits seit 1949 nicht nur geduldet, sondern auch bewusst gefördert worden war.

Auch 1981²⁰⁰, 1982²⁰¹ und 1984²⁰² wurden weitere Neuauflagen veröffentlicht. In der letzten Version von 1986 war das Werbeverbot dann faktisch abgeschafft. Erhalten blieb lediglich ein offen formuliertes Prinzip, das Betrugsabsichten untersagte. Damit hatten die Regelungen 1986 etwa wieder den ursprünglichen Umfang angenommen:

„A member may make his availability and experience known by any means provided that the information given is in substance and in presentation factual, relevant and – neither misleading nor unfair to others – nor otherwise discreditable to the profession.“²⁰³

3.2 Britische Ablehnung gegenüber der Werbebranche

Welch große Bedeutung dem Werbeverbot als Teil des Ehrenkodexes zukam mag ein Vortrag von Charles H. Reilly auf der RIBA Konferenz in Liverpool des Jahres 1921 verdeutlichen. Zu dieser Zeit wurde innerhalb des RIBA die Möglichkeit diskutiert,

199 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, 1978, Abschnitt 3.6.1(a-j), 3.6.2.

200 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, 1981, Abschnitt 3.6.1(a-j), 3.6.2.

201 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, 1982, Abschnitt 3.6.1(a-j), 3.6.2.

202 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, 1984, Abschnitt 3.6.1(a-d), 3.6.2.

203 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 3.6, 3.6.1, 1986.

institutionelle Reklame zu betreiben. So wurde die Frage verhandelt, ob die Professionsorganisation für sich und für Architektur werben solle. Deutlich wird dabei ein grundlegendes Dilemma, das den gesamten Untersuchungszeitraum prägen sollte, wobei das RIBA stets an der Unterscheidung zwischen „Propaganda and Publicity“ festhielt. Unter diesem Titel hielt Reilly seinen Vortrag, wobei er die plumpe Reklame großer Firmen kategorisch als unprofessionell ablehnte. Polemisch stellte er die Frage, ob der Architekt denn zu einem „Mr. Dunlop“ oder „Johnny Walker“ werden solle und gab auch sogleich eine deutliche Antwort:

„No, we cannot proclaim the virtues of ourselves or our buildings in the mass. Propaganda we must leave to the market-place and those who work there. But that does not mean that we cannot do anything to educate the public as to what is good architecture [...]. The educated layman would be ashamed to have no views about painting, music and the drama; but he is quite prepared to fall back on his personal likes and dislikes when it comes to architecture.“²⁰⁴

Damit forderte Reilly die erwähnte Abgrenzung zum Unternehmertum ein, die für das RIBA als Professionsorganisation den Kern des eigenen Selbstverständnisses darstellte. Während Reilly ‚Werbung‘ kategorisch ablehnte, betrachtete er gleichzeitig ‚Öffentlichkeitsarbeit‘ als wichtigen Aufgabenbereich des RIBA und forderte, Architektur müsse im öffentlichen Diskurs eine größere Bedeutung erlangen. Derlei Ansichten waren schon vor der Jahrhundertwende und bis in die 1920er Jahre hinein gleichermaßen in den Vereinigten Staaten, Deutschland und vermutlich vielen anderen Ländern verbreitet.²⁰⁵ In all diesen Ländern finden sich in Architekturzeitschriften nahezu austauschbare Lamenti darüber, dass Maler, Bildhauer, Musiker und Literaten ihren festen Platz in den Feuilletons der Zeitungen hätten, während die Architektur als Kunst nicht die gebührende

204 Reilly, Charles H.: Propaganda and Publicity, in: RIBA Journal 28 (1921), S. 547f.

205 Fritsch, Karl: Die Architektur auf Kunstaustellungen, in: Deutsche Bauzeitung 14 (1880), S.161f; Zur Stellung der Architektur in der öffentlichen Meinung; in: Deutsche Bauzeitung 20 (1886), S.416; Walker, C. H.: The Attitude of the Architect and of the Public, in: Architectural Review (Boston) 2 (1893/Nov), S. 65f; Hofmann, Albert: Zur Stellung der Architektur im öffentlichen Kunstleben Deutschlands, in: Deutsche Bauzeitung 35 (1901), S.226f; Architects, the Public, and the Future, in: British Architect 59 (1903), S. 201; Warren, Sidney: The General Public and Architects, in: Architecture (New York) 20 (1909), S. 110–111; Hofmann, Albert: Die Stellung des Baukünstlers im Leben und in der Gesellschaft, in: Deutsche Bauzeitung 53 (1919), S. 457–460, 465–468, 475–478; Architects and the Public, in: American Architect 117 (1920), S. 359–362; Pelt, J. V. van: The Question of Public Information About Architecture, in: AIA Journal 10 (1922), S. 362–365; Taylor, Howell: Publicity for the Architect, in: Architectural Forum 39 (1923), S. 185–188; Harrison, Merritt/Elwell, S. B.: Advertising, Architecture and the Architects, in: Octagon 1 (1929), S. 9f.

Anerkennung erfahre. Wie Reilly zogen die Autoren dabei häufig den Schluss, die Öffentlichkeit müsse diesbezüglich ‚erzogen‘ werden. Reilly schlug drei Möglichkeiten vor, das Interesse der Öffentlichkeit zu wecken und den Bürger zu ‚erziehen‘. Zunächst einmal sollten Architekten anfangen, journalistisch tätig zu werden und selbst Bauten zu rezensieren. Des Weiteren sollten sie nach Vorbild amerikanischer Museen mehr Architekturausstellungen lancieren. Und zu guter Letzt könnte die Verleihung von Preisen für gute Bauten, wie sie in Amerika und Frankreich schon länger vergeben würden, das Interesse des Laien schüren.²⁰⁶

In den Ausführungen Reillys wird deutlich, dass die Öffentlichkeitsarbeit von US-amerikanischen Architektenvertretungen als vorbildlich galt. Oberflächlich betrachtet vertraten beide Organisationen die gleiche Haltung insofern sie Werbung kategorisch ablehnten und Öffentlichkeitsarbeit als etwas positives ansahen. Tatsächlich war eine Abgrenzung beider Bereiche voneinander aber nicht immer einfach. Zugespielt ausgedrückt gab das AIA in solchen Fällen stets der Öffentlichkeitsarbeit den Vorzug. Die Priorität des RIBA lag dagegen auf dem Werbeverbot. Dies war wohl zu einem Großteil auch einer ausgeprägten britischen Abneigung gegenüber der Werbebranche geschuldet, die seit dem 19. Jahrhundert gepflegt wurde. In dieser Zeit waren zahlreiche Fälle missbräuchlicher Werbepraktiken bekannt geworden. In der Presse wurde Werbung als unehrenhaftes Betätigungsfeld für respektable Bürger dargestellt und mit Quacksalbern assoziiert, die mit falschen Behauptungen und maßlosen Übertreibungen betrügerische Absichten verfolgten.²⁰⁷

Die Werbebranche galt als ‚amerikanisch‘ und Werbefachleute der USA als unangefochtene Experten ihres Berufsstandes. In den 1920er Jahren gründeten etablierte Werbeagenturen Niederlassungen in Übersee und dominierten damit auch den europäischen Markt.²⁰⁸ Laut Grazia war die europäische Abneigung gegenüber persuasiven US-amerikanischen Werbepraktiken noch nach Ende des Zweiten Weltkriegs ubiquitär und wurde erst mit den kulturellen Veränderungen der 1960er Jahre allgemein akzeptiert.²⁰⁹ So war wohl auch die Aversion des RIBA gegenüber der Werbung von einem zeitgenössischen Anti-Amerikanismus befördert, der in den 1950er und 1960er Jahren eine ‚Amerikanisierung‘ britischer Kultur und Geschäftswelt kritisierte, die durch eine

206 Reilly, Charles H.: Propaganda and Publicity, in: RIBA Journal 28 (1921), S. 547f.

207 Nevett, Terence R.: Advertising in Britain. A History, London 1982, S. 110f.

208 Grazia, Victoria de: Das unwiderstehliche Imperium. Amerikas Siegeszug im Europa des 20. Jahrhunderts, Stuttgart 2010, S. 267f.

209 Ebd., S. 285.

wachsende Präsenz US-amerikanischer Firmen – darunter auch Werbeagenturen – beflügelt war. Kritisiert wurde eine „amerikanische Art des Verkaufens“.²¹⁰

In den USA hatte sich die Werbebranche dagegen bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts erfolgreich professionalisiert und genoss damit im eigenen Land auch soziale Anerkennung. Seit den 1890er Jahren hatten sich Werbeleute in den USA um Professionalisierung bemüht, um die Vorstellung zu entkräften, sie seien als Unternehmer primär am eigenen Profit interessiert.²¹¹ Erreicht werden sollte eine fachkundig-professionelle Ausrichtung durch quantitative Analysemethoden, die Zielpublikum und Auflagenzahlen von Zeitungen und Zeitschriften feststellten. Damit wurden dem potentiellen Kunden Erfolgsaussichten anhand sachlich fundierter Fakten garantiert.²¹² Außerdem übernahmen Werbefachleute zunehmend auch kreative Funktion und erweiterten damit ihre ursprüngliche Ausrichtung als Vermittler zwischen Werbung betreibenden Kunden und potentiellen Werbeplattformen.²¹³ Mit steigender Nachfrage nach Originalität und Kreativität etablierten Werbefachleute eine eigene Kernkompetenz, die zwischen Wissenschaft und Kunst verortet war. In der Folge verbreitete sich auch die allgemeine Auffassung, den Erfolg von Werbeanzeigen steigern zu können, indem ihre Konzeption und Verbreitung einem Experten überlassen werde.²¹⁴ In den 1880ern wurden Zeitschriften wie *Printer's Ink* von George P. Rowell gegründet und zu Beginn des 20. Jahrhunderts auch erste akademische Kurse und Ausbildungsmöglichkeiten eingerichtet.²¹⁵ Werbung wurde in den USA somit nach wissenschaftlichen Grundsätzen betrieben, wie es für die Anerkennung als Profession nötig war. Es wurden Marktforschungsstudien durchgeführt, sowie Markt- und Produktentwicklung auf Grundlage von Verbraucherbefragungen und psychologischen Prinzipien betrieben.²¹⁶ Ganz anders als in Europa schafften es Werbeleute in den USA damit, das eigene Image von „fahrenden Händlern mit ihren marktschreierisch angepriesenen Universalheilmittel“ zu einer „legitimen Wirtschaftsbranche“ zu verändern.²¹⁷ Trotz ausgewiesener Abneigung gegenüber der Werbebranche in Großbritannien erlebte sie zu Beginn der 1950er Jahre

210 Nixon, Sean: *Hard Sell. Advertising, Affluence and Transatlantic Relations*, c. 1951–69, Manchester 2013, S. 37.

211 Laird, Pamela W.: *Advertising Progress. American Business and the Rise of Consumer Marketing*, Baltimore 2001, S. 312.

212 Ebd., S. 162, 312.

213 Ebd., S. 313.

214 Ebd., S. 314–317.

215 Ebd., S. 320.

216 Grazia 2010, S. 271.

217 Ebd., S. 272.

auch hier einen Aufschwung und eine Aufwertung.²¹⁸ Unterstützung suchend wandten sich nun auch britische Unternehmer immer öfter an Werbeagenturen.²¹⁹ Diese Offenheit setzte sich im RIBA jedoch nur bedingt durch.

3.3 Regulierung der Selbstdarstellung von Architekten durch das RIBA

Wie die folgenden Ausführungen zeigen werden regelte das RIBA unterschiedliche Formen der Selbstdarstellung von Architekten. So stand zur Debatte, wie sie sich auf Baustellenschildern präsentierend durften, in welcher Form Annoncen wie beispielsweise auch Stellenanzeigen gestaltet sein durften und welcher Weise auf schriftlichem Wege an potentielle Bauherren herangetreten werden durfte. Als vermutlich ehrbarste Form der Selbstdarstellung galt das Signieren von Bauten – wohl weil dies dem Grundsatz entsprach, dass ein realisiertes Gebäude die beste Werbung darstelle. Diese Praxis wurde vom RIBA seit den 1920er Jahren ausdrücklich erlaubt und noch in den 1980er Jahren den eigenen Mitgliedern empfohlen. Wie das „RIBA Handbook of Architectural Practice“ im Jahr 1963 darlegte, gab es für Architekten die Möglichkeit, den eignen Namenszug aufzumalen, in Stein zu hauen oder eine Plakette anzubringen, die über Entstehungsdatum und Name des Architekten informierten.²²⁰ Alle drei Varianten wurden als legitimes Mittel gewertet, um die Öffentlichkeit darüber zu informieren, wer für ein bestimmtes Gebäude verantwortlich zeichnete.

Der Passus über die Gebäudesignaturen wurde im Laufe des 20. Jahrhunderts nur ein einziges Mal revidiert, nämlich als 1927 in der zweiten Auflage des Ehrenkodexes auch für die Signaturen die obligatorische „unostentatious manner“²²¹ explizit festgeschrieben wurde, die bereits für Baustellenschilder galt. Außerdem wurde die zulässige Größe der Inschriften auf zwei Zoll beschränkt. Danach erfolgten keine weitere Überarbeitung mehr. Und noch 1984 wurden RIBA-Mitglieder explizit „encouraged to sign buildings“²²². Die Bauinschriften stellen damit den einzigen Aspekt des Werbeverbots dar, der im Laufe der jahrzehntelang geführten Diskussionen keinen Anlass zu Streitigkeiten gab und der niemals in Frage gestellt wurde. Jedoch wurde von Architekten diese Form der Selbstdarstellung immer seltener gewählt. Während es noch im 19. Jahrhundert üblich war, Entstehungsjahr sowie Namen des Besitzers und Architekten am Bau anzubringen,

218 Nevett 1982, S.178.

219 Ebd., S.184.

220 RIBA Handbook of Architectural Practice, London 1963, Abschnitt 2.540, S. 5.

221 Suggestions Governing the Professional Conduct and Practice of Architects, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1927, S. 101.

222 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 3.6.1(c), 1984.

findet sich diese Praxis in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts nur noch selten.²²³ Der Verdacht liegt nahe, dass das RIBA für Bauinschriften nur deshalb weniger Regelungsbedarf sah, weil sie von Architekten nur noch selten genutzt wurden.

3.3.1 Baustellenschilder, Büroschilder und „unostentatious manner“

Ganz anders stellt sich dies für Baustellenschilder dar, die in „an unostentatious manner“²²⁴ gestaltet sein mussten. 1927 wurde diese eher allgemeine Einschränkung weiter spezifiziert. Zum einen erlaubte das RIBA deren Aufstellung nun auch ausdrücklich bei Umbauten und Anbauten. Zum anderen sollte sichergestellt werden, dass diese Schilder nicht über die Bauphase hinaus stehen blieben.²²⁵ Die erlaubte Aufstellzeit wurde auf zwei Monate begrenzt, 1933 jedoch auf zwölf Monate ausgedehnt.²²⁶

Untersagt wurde ausdrücklich, diese Schilder zur Bewerbung unternehmerischer Tätigkeiten zu nutzen, d.h. sie durften nicht die Formulierung ‚zu verkaufen‘ oder ‚zu vermieten‘ beinhalten. Neu eingearbeitet wurde 1927 auch eine Begrenzung der Schriftgröße auf zwei Inches (5,1 cm). Erlaubt war jedoch ein Verweis darauf, dass Pläne zum realisierten Bau im Büro des planenden Architekten eingesehen werden könnten.²²⁷ Zwischen 1949 und 1953 wurden insgesamt fünf Fälle vor dem RIBA-Rat verhandelt, bei denen einzelne Baustellenschilder kritisiert wurden, weil diese die Vorgaben überschritten hatten.²²⁸ Die entsprechenden Planer wurden daraufhin zu einer Stellungnahme aufgefordert. Ausnahmslos reagierten diese mit Verblüffung und gaben an, sich der Regelungen zum einen gar nicht bewusst, zum anderen für die Anbringung der Schilder auch nicht verantwortlich gewesen zu sein. In allen Fällen hatten sich die zuständigen Bauunternehmer oder Bauherren um die Aufstellung gekümmert, die von den strikten Vorgaben des RIBA nichts gewusst hatten. Die Architekten drückten ihr Bedauern über die Vorfälle aus und versicherten, die Schilder zu entfernen oder anzupassen, woraufhin die

223 Vgl.: Widera, Joachim: Möglichkeiten und Grenzen volkskundlicher Interpretation von Hausinschriften, Frankfurt am Main 1990, S.10f.

224 Suggestions Governing the Professional Conduct and Practice of Architects, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1923, S. 76.

225 Suggestions Governing the Professional Conduct and Practice of Architects, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1927, S. 101.

226 Code of Professional Practice, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1933, S. 20f.

227 Suggestions Governing the Professional Conduct and Practice of Architects, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1927, S. 101.

228 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 276, 278, RIBA Council Minutes vom 21.06.1949, Anlage O, S. 1; Professional Conduct Case No. 284, RIBA Council Minutes vom 11.10.1949, Anlage P, S. 1f; Professional Conduct Case No. 257, RIBA Council Minutes vom 01.11.1949, Anlage F, Abschnitt C, S. 2; Professional Conduct Case No. 355, RIBA Council Minutes vom 13.10.1953, Anlage J, S. 2.

Untersuchungen abgeschlossen wurden. In allen zwischen 1949 und 1953 dokumentierten Fällen blieb es letztlich bei einer Verwarnung.²²⁹

Ungeachtet der Tatsache, dass Baustellenschilder in lediglich fünf Fällen unangenehm aufgefallen waren, sah das RIBA offenbar die Notwendigkeit, diese Form der Selbstdarstellung strikter zu regulieren. Um die individuelle Ausprägung der Bauschilder zu vereinheitlichen diskutierte der RIBA-Rat Mitte der 1950er Jahre erstmals die Möglichkeit, diese zu standardisieren.²³⁰ Mit der Angelegenheit wurde das *Public Relations Committee* (PRC) betraut, das sich über fünf Jahre hinweg in unregelmäßigen Abständen über das Design, Produktionskosten und Verkaufspreise verständigte. 1956 legte das Komitee dem *Architects Registration Board* einen ersten Entwurf eines Normschilds vor. Dessen Kosten wurden auf 6,20 £ pro Stück (bzw. 5,10 £ pro 5 Stück) beziffert. Diese Schilder konnten von Architekten erworben und durch die Anbringung der eigenen Kontaktdaten personalisiert werden.²³¹ Zu einem endgültigen Beschluss konnte sich der Rat jedoch zunächst noch nicht durchringen. Erst 1960 einigten sich die Mitglieder auf ein Design.²³² 1961 wurden die neuen standardisierten Baustellenschilder dann auch im *RIBA Journal* erstmals der Öffentlichkeit präsentiert. Demnach wurden zwei Schilder in den Standardgrößen in 2,5 mal 0,6 Meter (8 x 2 Fuß) sowie 1,20 mal 0,30 Meter (4 x 1 Fuß) angeboten.²³³

Das RIBA hatte mittlerweile Lizenzen an einzelne Hersteller vergeben, bei denen Architekten diese Schilder erwerben konnten. Bereits produzierte Schilder durften zwar auch weiterhin genutzt, aber nicht mehr gekauft werden, wodurch sich schrittweise die einheitlich gestaltete Variante durchsetzen sollte. Eigenhändige Veränderungen der Schilder, beispielsweise eine Anpassung der Farben, war strikt verboten. Bestand ein Architekt darauf, ein eigenes Design zu verwenden, so untersagte das RIBA dabei die Verwendung der offiziellen RIBA-Plakette.²³⁴

Aber damit war die Angelegenheit noch lange nicht geklärt. In der Praxis tat sich durch die einheitliche Präsentation aller RIBA-Mitglieder ein ganz anderes Problem auf. Im Raum stand die Frage, ob Architekten auf diese Weise auch in adäquater Form neben ihrer Konkurrenz auftraten. So beschwerten sich einzelne Mitglieder, dass die Schilder und die

229 Ebd.

230 RIBA/CNCL/1.2.2, Report of the PRC: Architects' Sign Boards, RIBA Council Minutes vom 10.04.1956, Anlage F.

231 Ebd.

232 RIBA/11.1.5, New Design for Sign Boards, PRC Meeting Agenda vom 21.06.1960, S. 2.

233 New RIBA Standard Signboards, in: RIBA Journal 68 (1961/1), S.86.

234 Ebd.

erlaubte Schrift viel zu klein seien. Gerade auf größeren Baustellen, wo sie in relativ großer Entfernung zur Straße aufgestellt würden, seien sie nur noch mit Mühe zu entziffern.²³⁵ Handwerker und Fachplaner waren durch ihre Berufsvertretungen nicht an vergleichbare Vorgaben gebunden und konnten ihre Firmennamen in beliebiger Größe anbringen. Dies konnte dazu führen, dass Passanten zwar erkannten, welcher Unternehmer für Elektrik, Sanitäreinrichtungen oder Betonarbeiten eines Bauvorhabens verantwortlich zeichnete, ihnen der Name des Entwerfers aber verwehrt blieb.

Damit schien sich in den Baustellenschildern ein Dilemma zu manifestieren: Auf der einen Seite bemühte sich das RIBA darum, die bedrohte Führungsposition von Architekten im Bauwesen mit aller Vehemenz zu verteidigen.²³⁶ Auf der anderen Seite wurde Architekten mit dem Werbeverbot eine Zurückhaltung aufgezwungen, die es unmöglich machte, diesen Anspruch auch auf visueller Ebene im öffentlichen Raum angemessen zu demonstrieren. Einen Ausweg aus diesem Dilemma sah das PRC gerade nicht in einer Lockerung der Regelungen. Vielmehr verfolgte es eine entgegengesetzte Strategie, indem es andere Berufsvertretungen von der Notwendigkeit einer zurückhaltenden Selbstdarstellung zu überzeugen suchte. So war ein Treffen mit der *Royal Institution of Chartered Surveyors* (RICS) sowie der *Association for Consultancy and Engineering* (ACE) anberaumt worden, denen eine annähernd bedeutsame Funktion im Bauprozess zugestanden wurde. Als Resultat der Zusammenkunft verpflichteten sich die Beteiligten auf eine gemeinsame Präsentationsform auf Baustellenschildern.²³⁷

Den so ermittelten Lösungsvorschlag präsentierte das RIBA den eigenen Mitgliedern abermals im *RIBA Journal*.²³⁸ Um sich vom Gros der Handwerker abzusetzen und die eigene Sonderstellung herauszustreichen wurde der Leserschaft empfohlen, das Aufstellen eines separierten Schilds für Architekten, Statiker und Kostenplaner durchzusetzen. Dabei sollten sich alle drei Berufsgruppen in der gleichen zurückhaltenden Weise präsentieren. Die mit der Ausführung eines Bauwerks beauftragten Handwerker wiederum sollten in klarer Abgrenzung auf einem zweiten Schild genannt werden. In dem Zeitschriftenbeitrag wurden mittels großformatiger Zeichnungen auch verschiedene Varianten der Aufstellung durchgespielt.²³⁹ Anzunehmen ist, dass die vorgeschlagene Praxis auf Bauherren eher

235 RIBA/11.1.5, Professional Signboards, PRC Meeting Agenda vom 01.03.1962, S. 2.

236 Wall, Christine: *An Architecture of Parts. Architects, Building Workers and Industrialization in Britain 1940-1970*, New York 2013, S. 166.

237 RIBA/11.1.5, Professional Signboards, PRC Meeting Agenda vom 01.03.1962, S. 2.

238 Professional Signboards, in: *RIBA Journal* 70 (1963/3), S. 90f.

239 Ebd.

umständlich und präventiv wirkte, da sie auf diese Weise mehr Aufwand betreiben mussten.

Paradoxiereise forderte das RIBA auf den Baustellenschildern einerseits eine hervorgehobene Stellung des Architekten ein, während es diese durch die restriktiven Vorgaben gleichzeitig behinderte. Aber nicht nur Baustellenschilder standen unter dem Verdacht, als unerlaubte Werbung genutzt zu werden. In den Quellen finden sich auch Fälle, in denen sich Architekten für ihre Büroschilder rechtfertigen mussten. Auch dabei reagierten die betreffenden Architekten allesamt mit Verwunderung. Noch durchaus nachvollziehbar ist der Fall des Architekten J. F. Sargent, der 1949 für drei Jahre von der RIBA-Mitgliedschaft ausgeschlossen wurde. Gemeinsam mit einem Bauunternehmer und einem Immobilienmakler betrieb er ein Büro, in dessen Schaufenster die Bezeichnung „Chartered Architect“ zu lesen war.²⁴⁰ Dies widersprach eindeutig dem professionellen Selbstverständnis, das sich explizit durch die Abgrenzung von unternehmerischer Tätigkeit definierte. So hatte der Ehrenkodex seit 1943 festgeschrieben, ein Architekt dürfe seinen Titel nicht für die Bewerbung eines Fremdunternehmens hergeben.²⁴¹

Wie sehr das RIBA um die Außenwirkung von Architekten besorgt war lässt sich am Firmenschild eines weiteren Architekten verdeutlichen. So wurde ein Architekt 1951 vom RIBA zwar nicht ausgeschlossen, aber immerhin verwarnet, weil er seinen Namen im Fenster seines Büros „in an ostentatious manner and in lettering in excess of the prescribed height“²⁴² präsentiert hatte. Die Akten dokumentieren seine Überraschung über diese Verwarnung. So erklärte er, selbiges Schild befinde sich nun seit sechzehn Jahren an der gleichen Stelle und bisher habe es darüber keinerlei Beschwerden gegeben.²⁴³ In einem ähnlich gelagerten Fall aus dem Jahr 1957 kritisierte das RIBA die Außendarstellung eines Architekten nicht nur aufgrund zu großer Schrift. Als ostentativ wurde vielmehr die Menge der aufgestellten Schilder wahrgenommen. Die Anbringung des Firmennamens an vier unterschiedlichen Stellen hielt es für inakzeptabel. Der in den Quellen anonym bleibende Architekt gab an, diese Schilder von seinem Vorgänger übernommen zu haben, der das Büro vier Jahre lang geführt habe, ohne je damit Probleme bekommen zu haben.²⁴⁴

240 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 280, RIBA Council Minutes vom 21.06.1949, Anlage O, S. 2.

241 Code of Professional Practice, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1943, S. 183f.

242 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 310, RIBA Council Minutes vom 19.06.1951, Anlage N, S. 1.

243 Ebd.

244 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 396, RIBA Council Minutes vom 10.12.1957, Anlage L, S. 1.

In beiden Fällen blieb es bei einer Verwarnung, da sich die Architekten letztlich einsichtig zeigten und ihre Büroschilder an die Vorgaben des RIBA anpassten. Dennoch verdeutlichen ihre Geschichten die restriktive Interpretation des Werbeverbots, bei der selbst Firmenschilder im Verdacht standen, als eine Art der Plakatwerbung instrumentalisiert zu werden.

3.3.2 Annoncen und Inserate in Fach- und Laienpresse

Das Werbeverbot des RIBA, wie es in den 1920er Jahren erstmals formuliert worden war, regelte nicht nur Außenwerbung wie Baustellen- oder Büroschilder, diese standen in den 1920er Jahren jedoch zunächst im Fokus. Darauf lässt eine Änderung des Werbeverbots aus dem Jahr 1933 schließen. Hatte das Werbeverbot zunächst generell untersagt, öffentlich Werbung zu betreiben, so wurde nun ein Nebensatz eingefügt, der auch ausdrücklich die Presse erwähnte:

„An Architect must not publicly advertise [...] nor may he make* paid announcements in the Press.“²⁴⁵

Die Gründe für das neu eingefügte Verbot bezahlter Anzeigen in der Presse bleibt an dieser Stelle ungeklärt. Der Verdacht liegt jedoch nahe, dass Architekten in Zeiten der Wirtschaftskrise häufiger Anzeigen schalteten und das RIBA aus diesem Grund größeren Regelungsbedarf sah. Es stellte sich jedoch schnell heraus, dass ein kategorisches Verbot von Annoncen nicht alltagstauglich war und überarbeitet werden musste. Streng genommen waren damit selbst Stellenanzeigen ausgeschlossen. Somit grenzte die Formulierung nur unzureichend davon ab, was üblicherweise als Reklame galt. Inserate erfüllten zunächst einmal auch nicht den Tatbestand unerlaubter Werbung. Auch lag es nicht im Interesse des RIBA, solche Kleinanzeigen generell zu verhindern.

Um die Praktikabilität der Regelung zu gewährleisten wurde die Passage daher mit einer Fußnote versehen, die konkrete Ausnahmen von der Verbotsregel nannte. Demnach war die Veröffentlichung von Stellengesuchen und Stellenangeboten erlaubt, sowie eine einmalige Bekanntgabe einer Adressänderung zugelassen. Kleinanzeigen dieser Art waren seit 1933 laut dieser Fußnote jedoch ausschließlich in der „professional press“ erlaubt, in Tageszeitungen und Populärmagazinen waren sie dagegen tabu. Während des Zweiten Weltkrieges wurde diese Regelung kurzzeitig gelockert. So wurde Architekten, die „by

245 Code of Professional Practice, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1933, S. 20f.

reasons of enemy action“ umziehen mussten, von 1943 bis 1946 eine einmalige Bekanntgabe dieses Umstands in der „lay press“ zugestanden.²⁴⁶ Diese Trennung von Fach- und Laienpresse prägte die Haltung des RIBA während des gesamten Untersuchungszeitraums. Diese Differenzierung wurde in einer weiteren Neuauflage des Ehrenkodexes 1946 noch prominenter platziert und gleich im ersten Abschnitt des Werbeverbots genannt.²⁴⁷ In dieser Form waren Kleinanzeigen vom RIBA bis 1973 reguliert.

Obwohl die genannte Textpassage des Werbeverbots in den 1950er und 1960er Jahren keine weitere Überarbeitung erfuhr, wurde in den Sitzungen des RIBA dennoch rege darüber diskutiert. 1949 Jahre konstatierte der RIBA-Rat eine beunruhigende Zunahme unerlaubter Kleinanzeigen in der Presse.²⁴⁸ In den folgenden Jahren wurden immer wieder Einzelfälle solcher Kleinanzeigen einer kritischen Prüfung unterzogen. Eher zweifelhaft ist aus heutiger Sicht, ob den betroffenen Architekten dabei eine klare Betrugs- bzw. Werbeabsicht unterstellt werden kann. Zwar hatten sie unerlaubter Weise in der Laienpresse annonciert, es handelte sich jedoch nicht um großformatige, Aufsehen erregende Reklameanzeigen, sondern um unscheinbare Inserate in der Rubrik für Kleinanzeigen. Mit diesen wurde über neue Büropartnerschaften, Namensänderungen oder Adresswechsel informiert.²⁴⁹ In der Regel konnten die beschuldigten Architekten glaubhaft versichern, dass sie aus Unwissenheit gehandelt hatten und sich der Beschränkung der Anzeigen auf die Fachpresse nicht bewusst gewesen seien. Daher verzichtete das RIBA auch fast immer auf schwerwiegende Konsequenzen und beließ es bei einer Verwarnung.

246 Code of Professional Practice, Fußnote, in: RIBA Kalendar, London 1943, S. 184.

247 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Practice, Abschnitt 3(a), 1946.

248 RIBA/CNCL/1.2.2, Report of the Professional Conduct Committee, RIBA Council Minutes vom 05.04.1949, Anlage K, S. 3.

249 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Cases No. 299, RIBA Council Minutes vom 10.10.1950, Anlage H, S. 2; No. 314, RIBA Council Minutes vom 19.06.1950, Anlage N, S. 4; No. 334, RIBA Council Minutes vom 10.10.1950, Anlage O, S. 1; No. 342, RIBA Council Minutes vom 05.05.1953, Anlage JI, S. 1.

Zwei Beispiele solcher Inserate konnten durch eine Zeitungsrecherche ausfindig gemacht werden und sind hier im Wortlaut wiedergegeben:

„JOHN NEEDHAM. Chartered Architect, Bay House, West Ferry, wishes to intimate that he has assumed partnership in the firm of GAULDIE, HARDIE, & SHARPE, Chartered Architects, 26 COMMERCIAL STREET, DUNDEE, which practice will now be carried on under the name of GAULDIE, HARDIE, WRIGHT & NEEDHAM.“, Inserat, in: Courier and Advertiser, 10.03.1950.

„NOTICE OF CHANGE OF ADDRESS: CARVER; SYMON & ROSS, Chartered Architects, Surveyors at present occupying Premises, No. 75 HIGH STREET, ARBOATH, intimate that as from WEDNESDAY, March 7, 1951, the address of the ARBROATH BRANCH of the Firm will be 107 HIGH STREET, Arbroath. Telephone No. 3167 remains unchanged.“, Inserat, in: Courier and Advertiser, 06.03.1951.

Selbst die Ausrede von Arthur Lawrence Crookall wurde akzeptiert, der 1953 aussagte, er habe mit seinem Inserat im *New Statesman and Nation* gar keine Aufträge einwerben wollen, sondern nach einer Gelegenheit gesucht, „[of] implementing his theory as to the necessity of linking up design and craftsmanship“. Seine Versicherung, er habe dabei gar nicht vorgehabt, ein Gehalt zu verlangen, wurde kommentarlos hingenommen. Das RIBA sprach jedoch immerhin einen öffentlichen Verweis aus.²⁵⁰

Stellenanzeigen

In der Rubrik Kleinanzeigen waren auch Stellenanzeigen zu finden. Sie dienten einem Architekturbüro zwar primär dazu, neue Mitarbeiter anzuwerben, standen aber ebenfalls unter dem Verdacht, der Popularisierung der betreffenden Büros zu dienen. In den 1950er Jahren tauchten solche Inserate immer häufiger in der Tagespresse auf. Diese Tendenz betrachtete der RIBA-Rat mit Besorgnis und hatte deshalb eine Sonderkommission des PRC eingerichtet.²⁵¹ Nach einiger Bedenkzeit wurde von diesem als Lösung vorgeschlagen, Stellenanzeigen fortan nur noch in anonymer Form zuzulassen.²⁵² Dagegen sprachen sich jedoch mehrere Ratsmitglieder mit der Begründung aus, dass es für Architekturbüros zum Teil sehr schwierig sei, gutes Personal zu bekommen. Die Nennung eines bekannten und renommierten Architekten Namens sei unbedingt notwendig, um geeignete und gut qualifizierte Bewerber anzusprechen.²⁵³ Die Debatte verlief letztlich im Sande und auf eine Überarbeitung des Werbeverbots bezüglich der Stellenanzeigen wurde zunächst verzichtet.

Mitte der 1960er Jahre wurde das Thema aber erneut aufgegriffen, wobei sich dieses Mal das *Professional Practice Committee* (PPC) der Angelegenheit annahm. Aufgeworfen wurde es jedoch von RIBA-Mitgliedern, die die bestehenden Vorgaben zu rigide fanden. Sie hatten den *RIBA Council* um Lockerung der Vorgaben gebeten, denn der existierende Kodex „appeared to make it particularly difficult to draft attractive advertisements for staff.“²⁵⁴ Durch dieses Argument ließ sich das RIBA jedoch nicht erweichen. Eine Konsequenz wurde auch dieses Mal nicht gezogen. Wenngleich Stellenanzeigen innerhalb des RIBA nicht exzessiv und pausenlos diskutiert wurden, so wurde die Thematik doch mehrfach aufgegriffen. Dies verdeutlicht, dass sich die Regelung der Kleinanzeigen

250 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 351, RIBA Council Minutes vom 13.10.1953, Anlage J, S. 1.

251 RIBA/PubRel/11.1.5, PRC Meeting Agenda vom 21.07.1955, S. 2.

252 Ebd.

253 Ebd.

254 RIBA/PRC/8.1.3, PPC Minutes vom 25.11.1964, S. 2.

bereits seit den 1950er Jahren als unbefriedigend darstellte, auch wenn keine endgültige Lösung gefunden werden konnte.

1968 diskutierte das PPC erstmals ernsthaft die Möglichkeit, das Problem durch die Zugeständnisse neuer Freiheiten zu entschärfen und prüfte die Möglichkeit, Annoncen auch in der Tagespresse zuzulassen.²⁵⁵ Zu diesem Zeitpunkt hatte das RIBA ohnehin schon ein *Investigation Committee* eingesetzt, das eine grundlegende Überarbeitung des Ehrenkodexes vorbereitete.²⁵⁶ Diese Aussicht auf eine Neuauflage des „Code of Conduct“ ließ auch eine Änderung des Werbeverbots wahrscheinlicher werden. Es dauerte jedoch noch weitere fünf Jahre, bis die Differenzierung von Fach- und Laienpresse 1973 fallengelassen werden sollte. Ab diesem Zeitpunkt erlaubte der Ehrenkodex die Veröffentlichung von Kleinanzeigen gleichermaßen in „architectural professional, technical or lay press“.²⁵⁷ Auf diese Weise wurden die Regeln hinsichtlich des Massenmediums Zeitungen zwar deutlich gelockert. Das RIBA sah aber offenbar die Notwendigkeit, diese neuen Freiheiten durch eine ganze Reihe von Einschränkungen zu begrenzen.

Insbesondere Stellenanzeigen waren dabei zahlreichen Vorschriften unterworfen. So legte Abschnitt 6(b) des Werbeverbots fest, dass diese ausschließlich in der Rubrik Kleinanzeigen erscheinen durften. Abschnitt 6(c) informierte in fünf Unterpunkten akribisch darüber, was auf inhaltlicher Ebene zu beachten sei. Bekanntmachungen von Adressänderungen durften demnach ausschließlich in der Rubrik Kleinanzeigen auftauchen. Auch musste die Häufigkeit bzw. Frequenz solcher Anzeigen in einem Maß gehalten werden, das keinen Anlass zur Vermutung gebe, hier werde nebenbei auch Werbung für das genannte Büro gemacht.²⁵⁸ Eine Stellenausschreibung durfte zwar Auskunft geben über Details wie Gehaltshöhe, Qualifikationsmöglichkeiten, Anforderungen und Art der zu bearbeitenden Projekte, jedoch keine Information über das Auftragsvolumen oder die Größe der Bauprojekte eines Architekturbüros enthalten. Außerdem waren Abbildungen verboten,²⁵⁹ sowie Vergleiche und Superlative untersagt.²⁶⁰ Der Auftraggeber der Anzeige durfte nicht behaupten, er sei führend in einem bestimmten Tätigkeitsbereich. Höchstens eine erworbene Zusatzqualifikation durfte genannt werden,

255 RIBA/PRC/8.1.3, PPC Minutes vom 23.04.1968, S. 5.

256 Mace 1989, S. 60.

257 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 6 (c), 1973.

258 Ebd, Abschnitt 6(c,i).

259 Ebd, Abschnitt 6(c,ii).

260 Ebd, Abschnitt 6(c,iii).

sofern diese belegbar war.²⁶¹ Zuletzt wurde die obligatorische Unaufdringlichkeit gefordert mit der Festlegung, dass der Name eines Architekten nicht „with undue prominence“ abgedruckt werden dürfe.²⁶²

Aus diesen Formulierungen spricht der Anspruch, ein Werbeverbot zu generieren, das den Informationsaustausch unter Kollegen auf angemessene Art ermöglichte, ohne zuzulassen, dass ein Inserat die Aufmerksamkeit eines potentiellen Kunden hätte auf sich ziehen können. Die Verfasser gingen von der Annahme aus, die Öffentlichkeit der Massenmedien könne in eine interne und externe getrennt werden. Eine solche Differenzierung ließ sich in der Praxis jedoch nur schwerlich aufrechterhalten. Auch stellte sich immer häufiger die Frage, wie ein Architekt an Aufträge gelangen solle, wenn er sich in der Öffentlichkeit zurückhalten müsse. Welche Bedeutung Printmedien für die Sichtbarkeit eines Architekturbüros hatten, wird bei einem Blick in die dokumentierten Verstöße gegen das Werbeverbot deutlich.

3.3.3 Kleinanzeigen als Form der Auftragsakquise

Innerhalb des RIBA wurden Verletzungen des Ehrenkodexes vom *Professional Conduct Committee* registriert und untersucht. In regelmäßigen Abständen wurden solche Fälle von „unprofessional conduct“ dem *Architects Registration Board* vorgestellt, der letztlich über das Strafmaß entschied, dabei in aller Regel aber den Empfehlungen des PCC folgte. Verstöße gegen das Werbeverbot machten dabei nur einen kleinen Teil der diskutierten Fälle aus. Auch blieb es fast immer bei einer Verwarnung, womit selbst in den Ratssitzungen die Anonymität der involvierten Architekten gewahrt blieb. In Einzelfällen wurden die Beschuldigten jedoch auch von der RIBA-Mitgliedschaft ausgeschlossen und durch die Veröffentlichung ihrer Namen gebrandmarkt. Die meisten Fälle, die sich aus dem Quellenmaterial rekonstruieren lassen, blieben jedoch ohne Konsequenzen für die betroffenen Architekten.

Damit sind nur wenig Hinweise über Beweggründe und Kontext der Werbeverstöße gegeben. Dennoch gibt es einige Anhaltspunkte, die nahelegen, dass die verhandelten Anzeigen insbesondere von weniger erfolgreichen Architekten mit schlechter Auftragslage geschaltet wurden oder von jüngeren Architekten, die sich gerade erst auf einem lokalen Markt zu etablieren versuchten. Ersteres war wohl auch beim jüdischen Emigranten Alexander K. Adam der Fall, der sein Büro 1952 im *Jewish Chronicle* bewarb. Er

261 Ebd, Abschnitt 6(c,iv).

262 Ebd, Abschnitt 6(c,v).

beteuerte gegenüber dem RIBA, er habe nicht gewusst, damit unbotmäßig zu handeln und der RIBA-Rat hielt dies aufgrund seiner geringen Englischkenntnisse auch für glaubwürdig.²⁶³

In einer ökonomisch schwierigen Lage waren wohl auch die Auftraggeber von Inseraten, in denen Architekten nach Partnern zur Gründung oder Erweiterung von Bürogemeinschaften suchten.²⁶⁴ Diese gehörten mutmaßlich auch mehrheitlich der jüngeren Generation von Architekten an, die sich zu Beginn ihrer Karriere besonders häufig zu Arbeitsgemeinschaften zusammenschlossen, um durch geteilte Büroräume die laufenden Fixkosten möglichst gering zu halten. In einigen Verstößen handelte es sich nachweislich um Absolventen oder Studierende, die gerade erst damit begannen, den Arbeitsmarkt zu erobern.²⁶⁵

3.4 Position freiberuflicher Architekten im RIBA

Die beschriebenen Fälle verdeutlichen, dass die Regelungen des Ehrenkodexes insofern problematisch waren, als sie es noch unbekannten Architekten ohne Aufträge unmöglich machten, die Öffentlichkeit als unspezifischen aber potentiellen Auftraggeber von der eigenen Existenz in Kenntnis zu setzen. Wie sollte ein weniger prominentes Architekturbüro an Aufträge gelangen, wenn es ihm verboten war, seinen Namen zu veröffentlichen? Das Werbeverbot verfehlte – so betrachtet – den anvisierten Zweck, einheitliche Grundvoraussetzungen für alle Architekten zu schaffen, da es sich nur positiv auf die Situation bereits etablierter Büros auswirkte, während es Anfängern den Karrierestart erschwerte. Ohne einen Weg, den eigenen Namen publik zu machen, war es nahezu unmöglich, sich gegen die gut etablierte Konkurrenz durchzusetzen. Insbesondere junge Absolventen ohne praktische Erfahrung sahen sich mit einem übersättigten Markt konfrontiert, der sie zwang, sich auch unternehmerische Praktiken des Marketings anzueignen, um überhaupt an Aufträge zu kommen und eine Nische für eigenverantwortliche Tätigkeiten zu finden.

263 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 326 , RIBA Council Minutes vom 01.04.1952, Anlage L, S. 2.

264 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 268, RIBA Council Minutes vom 05.04.1949, Anlage K, S. 3, Case No.268; Professional Conduct Case No. 299 , RIBA Council Minutes vom 10.10.1950, S. 3.

265 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 275, RIBA Council Minutes vom 01.11.1949, Anlage F, S. 1; Professional Conduct Case No. 398 RIBA Council Minutes vom 09.04.1957, Anlage N, S. 1.

Ursprünglich hatte das Werbeverbot Konkurrenz und Preisunterbietungen unter Architekten verhindern sollen. Doch was das kollegiale Miteinander hatte sicherstellen wollen, entfaltete sich seit den 1950er Jahren zu einem dieses zunehmend verunmöglickenden Mittel. Dieser Befund scheint sich auch in einem weiteren Bereich zu bestätigen, nämlich wenn die Situation freiberuflicher Architekten betrachtet wird, die sich innerhalb des RIBA einer großen Zahl von Baubeamten gegenüber sahen.

3.4.1 Flugblätter, Rundschreiben und Initiativbewerbungen

„An Architect must not [...] offer his services by means of circulars.“²⁶⁶

Seit 1923 war Mitgliedern des RIBA laut Werbeverbot das Verteilen von „circulars“ ausdrücklich untersagt.²⁶⁷ Anzunehmen ist, dass diese Formulierung hauptsächlich auf die Verteilung von Flugblättern oder Rundschreiben abzielte. Ein solcher Fall aus dem Jahr 1949 ist auch in den Akten des RIBA vermerkt: Um sein neu gegründetes Architekturbüro in Coventry zu etablieren hatte der Architekt G. K. Moss seine Dienste in Form eines Rundschreibens angeboten und in seiner Nachbarschaft verteilt. Vor dem *Architects Registration Board* bat er dafür um Entschuldigung und gab an, sich der Existenz des Werbeverbots nicht einmal bewusst gewesen zu sein. Dennoch wurde ihm für die Dauer eines Jahres die Mitgliedschaft im RIBA entzogen.²⁶⁸ Im Gegensatz zu diesem unmissverständlich als Werbepaxis zu erkennenden Vorgehen finden sich in den Akten des RIBA jedoch auch weniger eindeutige Fälle.

Im Verlauf des 20. Jahrhunderts wurde gerade dieser Aspekt des Werbeverbots immer strenger gehandhabt und 1933 ebenfalls um einen kleinen aber entscheidenden Zusatz erweitert. So wurde festgelegt, dass ein Architekt seine Dienste weder „by means of circulars or otherwise“²⁶⁹ anbieten dürfe. Durch das Einfügen dieses „otherwise“ waren nun nicht mehr nur massenweise verteilte Flugblätter und Rundschreiben als gängige Mittel der Werbeindustrie verboten. Auch personalisierte Anschreiben wurden damit illegitim, die zwar aufgrund ihrer individualisierten Form nicht als Rundbrief oder Flugblatt bezeichnet werden, mit denen aber in vergleichbarer Weise an potentielle

266 Suggestions Governing the Professional Conduct and Practice of Architects, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1923, S. 76.

267 Ebd.

268 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 281, RIBA Council Minutes vom 11.10.1949, Anlage P, S. 1.

269 Code of Professional Practice, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1933, S. 20f.

Auftraggeber herantreten werden konnte. Vermutlich war auch diese Form der Auftragsgenerierung in wirtschaftlichen Krisenzeiten besonders verbreitet, weshalb sich das RIBA in dieser Hinsicht zur einer weiteren Einschränkung veranlasst sah.

Mit dieser Neuregelung wurde Architekten grundsätzlich verboten, einen potentiellen Klienten direkt anzusprechen – unabhängig davon, ob die Kontaktaufnahme per Flugblatt oder personalisiertem Anschreiben erfolgte. Persönliche Zuschriften waren nur dann erlaubt, wenn der Architekt mit dem etwaigen Klienten bereits in Kontakt stand und von diesem explizit aufgefordert war, Informationen über sein Büro, seine Berufserfahrung oder Qualifikationen an ihn zu senden. Selbstredend konnten Marketingstrategien, die auf verbaler, interpersoneller Ebene stattfanden, kaum geahndet werden. Sprach ein Architekt einen Kunden direkt an und versuchte, diesem seine Arbeitskraft anzupreisen, so verstieß dies prinzipiell ebenso gegen die Berufsehre. Aber nur wenn dies in schriftlicher Form stattfand, konnten die Briefe oder Rundschreiben als Beweismittel verwendet und der Verstoß gegen berufsständische Regeln damit auch geahndet werden.

Die Regelungen waren aber offenbar unpraktikabel und konnten im Zweifelsfall den wichtigen Informationsaustausch mit Kunden behindern. Daher sah sich das RIBA 1946 dazu veranlasst, eine Ausnahme einzufügen. So durfte ein Architekt nun über Adressänderungen auch auf postalischem Weg informieren sofern er es bei einem einzigen Brief beließ und diesen nicht regelmäßig verschickte.²⁷⁰

Es war aber nicht nur verboten, Privatpersonen die eigenen Dienste anzubieten. Ebenso wenig wurden Briefe toleriert, die sich an Firmen richteten, wie dies für den Fall von Harold und Maurice Alexander in London dokumentiert ist. In Form eines Anschreibens hatten sie 1949 ihre Dienste einem Immobilienmakler angeboten. Ihre Begründung, dies sei in der Annahme geschehen, sich an einen Kollegen zu wenden, da besagter Unternehmer eine Planungsabteilung unterhalte, bewahrte sie nicht vor einem neunmonatigen Entzug ihres Titels und ihrer Mitgliedschaft.²⁷¹

Wenngleich diese Begründung die Entscheidungsträger des RIBA nicht überzeugte, hätte zum Zeitpunkt dieses Vorfalls der Verweis auf die Ansprache eines Kollegen anstelle eines Kunden gemäß des Werbeverbots noch angenommen werden können. Schon vier Jahre später wurde aber auch dieser Passus verschärft. Eine kleine Neuformulierung produzierte

270 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Practice, Abschnitt 3(c), 1946.

271 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 375, RIBA Council Minutes vom 11.10.1949, Anlage L, S. 1.

1953 das aus heutiger Sicht skurrilste Detail der RIBA-Regeln, das in Artikel 6 festgehalten war:

„A member or Student must not [...] offer his professional services to any person or body corporate [...].“²⁷²

Streng genommen waren damit sogar Bewerbungsschreiben untersagt, weshalb das RIBA in Artikel 6(a) und 6(c) zwei Ausnahmen festhalten musste:

„A member or Student [...] may apply to prospective employers for a salaried appointment.“²⁷³

„A member or Student [...] may respond to an advertisement addressed to members of the profession inviting them to submit their names for inclusion in a panel or list of names of architects, from which the advertiser may select an architect or architects for a particular project.“²⁷⁴

Diese Änderungen des Werbeverbots gingen zurück auf eine Empfehlung, die das PCC 1952 gemeinsam mit dem *Salaried and Official Architects Committee* erarbeitet hatte.²⁷⁵ So gesehen können die Neuregelungen auch als Ausdruck einer Dominanz von angestellten und beamteten Architekten innerhalb des RIBA interpretiert werden. Insbesondere die Auftragsakquise von Privatarchitekten wurde damit beschränkt, während Beamte und Angestellte davon kaum betroffen waren. Auch manifestierte sich hier ein Sonderstatus von Baubeamten, der das kollegiale Miteinander in Frage stellte. Zwar blieben mit den Neuformulierungen des Jahres 1953 Bewerbungen an Berufskollegen erlaubt. Sendete ein Architekt diese Unterlagen jedoch an einen Architekten im Staatsdienst, der unter Umständen die gleiche Ausbildung wie er durchlaufen und den gleichen RIBA-Status wie er inne hatte, wurde dies nicht mehr als Ansprache eines Kollegen betrachtet, sondern als unerlaubtes Herantreten an einen potentiellen Kunden gewertet.

272 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 6, 1953.

273 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 6(a), 1953.

274 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 6(c), 1953.

275 RIBA/CNCL/1.2.2, RIBA Council Minutes vom 17.06.1952, Anlage K.

3.4.2 Dominanz der Baubeamten

Zum Zweck der Auftragsakquise wandten sich in den 1950er Jahren zahlreiche Freiberufler an diese Baubeamten in der Vorstellung, dabei mit einem Kollegen zu kommunizieren, wurden als Folge jedoch vom RIBA dafür verwarnt. Damit entwickelte sich innerhalb des Berufsstandes eine Abgrenzung zwischen Beamten und Freiberuflern, die beispielsweise in Deutschland seit dem 19. Jahrhundert Tradition hatte,²⁷⁶ in Großbritannien bis dahin jedoch unbekannt gewesen war. Nach Ende des Zweiten Weltkriegs entstand dort mit dem Wohlfahrtsstaat und dem damit einhergehenden Aufbau eines immensen Beamtenapparats eine völlig neue Konkurrenzsituation zwischen den beiden Parteien. Bei Gründung des RIBA 1834 bestanden die Mitglieder noch nahezu ausschließlich aus freiberuflich tätigen Architekten, die sich primär von Unternehmern abgrenzten. Erst in den 1920er Jahren setzte sich das RIBA erstmals auch mit den Interessen angestellter und verbeamteter Mitglieder auseinander.²⁷⁷ 1928 wurde zu diesem Zweck ein *Salaried Members Committee* eingerichtet. Auch konnte das RIBA eine drohende Abspaltung der Baubeamten verhindern, indem es die 1937 gegründete *Official Architects' Association* erfolgreich absorbierte.²⁷⁸

Seit 1947 wurden die Belange verbeamteter Architekten dann innerhalb des *Salaried and Official Architects Committee* behandelt,²⁷⁹ deren Zahl nach Ende des Zweiten Weltkriegs stetig zunahm. Bereits 1949 waren 43 % aller britischen Architekten im Staatsdienst beschäftigt.²⁸⁰ Vor dem Zweiten Weltkrieg wurden in aller Regel Privatarchitekten mit der Durchführung von öffentlichen Bauprojekten beauftragt. Die Bauprojekte der Nachkriegszeit (Krankenhäuser, Sozialwohnungsbau, Schulen, Industriebauten) wurden dagegen mehrheitlich von kommunalen Planungsabteilungen übernommen.²⁸¹ Dies hatte zur Folge, dass 1950 die Hälfte aller im Vereinigten Königreich registrierten Architekten als Angestellte tätig waren.²⁸²

Somit stellten sie auch einen Großteil der RIBA-Mitglieder. Nach Ansicht von Crinson und Lubbock mutierte das RIBA insbesondere in den 1960er Jahren zu einem „crypto-

276 In Deutschland hatte sich der *Bund Deutscher Architekten* 1906 in Abgrenzung nicht nur zu Bauunternehmern, sondern auch explizit zu Baubeamten gegründet. Damit distanzierte er sich als Verein für freiberufliche Architekten vom *Verband Deutscher Architekten- und Ingenieurvereine*, der seinerseits von Beamten dominiert war. Siehe: Bolenz 1991, S. 226f.

277 Mace 1986, S.xxiii.

278 Wall 2013, S. 166.

279 Ebd.

280 Ebd.

281 Mace 1986, S. xxiv.

282 Ebd.

government department“, dessen Vorsitzende mehrheitlich ehemalige Freiberufler im Staatsdienst gewesen seien.²⁸³ Einiges spricht dafür, dass sich unter britischen Architekten innerhalb des RIBA im Untersuchungszeitraum aber auch schon in den 1950er Jahren eine Konfrontation zwischen Staatsangestellten und Privatunternehmern abzeichnete. Die untersuchten Quellen legen offen, dass die beiden Gruppen unterschiedliche Ziele verfolgten und sich nur noch bedingt als Kollegen betrachteten. Deutlich ablesbar wird dieser Prozess an den Neuformulierungen des Werbeparagraphen in den 1950er Jahren und insbesondere ihrer strikten Auslegung.

In den 1950er Jahren häuften sich Fälle, in denen sich Baubeamte beim RIBA über Berufskollegen beschwerten, von denen sie angeschrieben worden waren. Als das RIBA 1949 die bereits erwähnte Zunahme unzulässiger Inserate festgestellt hatte, war gleichzeitig eine steigende Zahl solcher an Planungsbehörden gerichteten Anschreiben konstatiert worden, mit denen sich lokal ansässige Architekten auf der Suche nach Arbeit empfahlen.²⁸⁴ Mit diesen Initiativbewerbungen fragten Architekten auf der Suche nach Arbeit in den Planungsabteilungen lediglich nach, ob in der näheren Zukunft Bauprojekte geplant seien und empfahlen dafür ihre Dienste. Von den Architekten, die in diesen Behörden arbeiteten, wurde diese Form der Kontaktaufnahme häufig als eine dem Ehrenkodex zuwiderlaufende Strategie gewertet und beim RIBA gemeldet. Insgesamt beschäftigte sich der *Architects Registration Board* zwischen 1949 und 1958 mit elf solcher Fälle.²⁸⁵ Ähnlich wie bei den bereits diskutierten Kleinanzeigen gaben die Beschuldigten auch hier häufig an, sich der Verwerflichkeit ihres Handelns gar nicht bewusst gewesen zu sein.²⁸⁶ Und auch hier trafen die vom RIBA ausgesprochenen Verwarnungen oft solche Architekten, die in prekären wirtschaftlichen Verhältnissen steckten.

Ein dokumentierter Fall betraf einen älteren Herrn, der nach eigener Aussage Ende des Krieges Schwierigkeiten hatte, sein Büro neu zu beleben. Nun hatte er in der Lokalzeitung vom geplanten Umbau eines Gebäudes gehört. Er habe diesen Bau seit langem gekannt

283 Crinson, Mark /Lubbock, Jules: *Architecture. Art or Profession? Three Hundred Years of Architectural Education in Britain*, Manchester/New York 1994, S. 154

284 RIBA/CNCL/1.2.2, Report of the Professional Conduct Committee, 10.03.1949, S. 3, RIBA Council Minutes vom 05.04.1949, Anlage K.

285 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 274, 282, 308, 309, 315, 316, 348, 350, 352, 407, 410, Sitzungsprotokolle des RIBA Council von 1949-1958.

286 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 274, RIBA Council Minutes vom 11.10.1949, Anlage O, S. 1; Professional Conduct Case No. 282, RIBA Council Minutes vom 21.06.1949, Anlage P, S. 1; Professional Conduct Case No. 315, RIBA Council Minutes vom 09.10.1951, Anlage L, S. 1; Professional Conduct Case No. 290, RIBA Council Minutes vom 23.06.1953, Anlage J, S. 3.

und geschätzt, weshalb er an dem Bauprojekt gerne partizipiert hätte. Daher habe er sich auch bei der lokalen Planungsbehörde gemeldet. Er gab weiter an, „that he has been carried away by his pleasure at the initiative of the county council in acquiring a beautiful building, with which he has for many years been familiar, for a purpose in which he had deep interest.“²⁸⁷

Durchaus glaubhaft wirkt die Begründung des angeschwärmten Architekten, von dem Verbot nichts gewusst zu haben. Aus heutiger Sicht ist zunächst auch unbegreiflich, weshalb die Baubeamten derart empfindlich auf diese Anschreiben reagierten. Nachweisen lässt sich, dass auch die meisten im öffentlichen Dienst beschäftigten vom Verbot dieser Praxis nichts wussten. Denn in einigen Fällen hatten sich Architekten auf Anraten eines bekannten Beamten an die Planungsabteilungen gewandt. Ein im Schulbau erfahrener Planer hatte beispielsweise von einem Freund im Bildungsministerium die Empfehlung bekommen, sich an das lokale Planungsamt zu wenden.²⁸⁸ Andere waren dem Rat von Bekannten aus der technischen Abteilung²⁸⁹ oder dem Parlament²⁹⁰ gefolgt. Ein etwas ausführlicher dokumentierter Fall betraf den Architekten Sergei Kadleigh im Jahr 1953. In einem fiktiven Projekt für den Londoner Stadtteil Paddington hatte er erstmals seine innovativen Konzepte für eine ‚vertikale Stadt‘ dargelegt. Er hatte seinen Entwurf bereits erfolgreich in der internationalen Architekturpresse verbreitet.²⁹¹ Nun war ihm daran gelegen, seine Pläne zu verwirklichen. Zu diesem Zweck hatte er seine Zeichnungen und Pläne mit Unterstützung der Zeitschrift *Architect & Building News* in einem eleganten und sorgfältig gestalteten Buch mit dem Titel „*High Paddington*“ drucken lassen.²⁹²

Damit war er bei Beamten der regionalen Planungsbehörde *London County Council* (LCC) und der Stadtteilvertretung *Paddington Borough Council* vorstellig geworden. Auch war er mit Robert Allen in Kontakt getreten, der zu diesem Zeitpunkt als Wahlkreisvertreter von *South Paddington* im *House of Commons* fungierte. Für London hielten die angesprochenen Personen das Gezeigte zwar für unpassend, empfahlen

287 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 352, RIBA Council Minutes vom 03.01.1950, Anlage J, S. 2.

288 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 308, RIBA Council Minutes vom 06.03.1951, Anlage M.

289 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 316, RIBA Council Minutes vom 11.12.1951, Anlage J.

290 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 350, RIBA Council Minutes vom 23.06.1953, Anlage J.

291 *High Paddington*, in: *Architect & Building News* 202 (1952), S. 479–482; *Das High Paddington Projekt*, in: *Neue Stadt* 7 (1953/11), S. 498–503; *High Paddington. Una ciudad para 8,000 habitantes*, in: *Revista Nacional de Arquitectura* 13 (1953), S. 12–18; Kadleigh, Sergei: *The High Paddington Scheme*, in: *Architect & Building News* 203 (1953), S. 336–340.

292 Kadleigh, Sergei: *High Paddington. A Town for 8000 People*, London 1952, BL/Cup.1246.c.84.

Kadleigh aber seine Pläne doch an die verantwortlichen Beamten in anderen Großstädten zu schicken. Diesen Rat befolgend schrieb Kadleigh an verschiedene Gemeinden. In Birmingham war man vom aggressiven Auftreten Kadleighs jedoch wenig begeistert und meldete ihn beim RIBA, wo auch er sich zu verantworten hatte.²⁹³

Das High-Paddington-Projekt diente ein Jahr später auch als Basis für die ersten Zeichnungen zum Barbican in London, mit dem sich Kapitel 4.1 ausführlich beschäftigen wird. Aus seinem hier dargelegten Konflikt mit dem RIBA hatte Kadleigh vermutlich einiges über das Werbeverbot dazu gelernt. Jedenfalls wählte er für seinen Entwurf „High Barbican“ eine Publikationsstrategie, die nicht nur im Sinne der RIBA-Regeln, sondern auch in aufmerksamkeits-ökonomischer Hinsicht weitaus effektiver war.

3.4.3 Das Werbeverbot als Wettbewerbshindernis

Die genannten Fälle waren allesamt durch Baubeamte zur Kenntnis gebracht worden. Damit forderten diese eine rigorose Handhabung des Werbeverbots ein. Das wachende Auge des RIBA wurde selbst bei vergleichbaren Vorfällen in den britischen Kolonien nicht zuge-drückt. Nicht selten wurden vom RIBA-Rat Fälle untersucht, in denen sich Architekten beispielsweise in Nigeria oder Singapur zwecks Auftragsakquise an Behörden gewandt hatten.²⁹⁴ Auch diese Architekten fingen sich damit eine Verwarnung des RIBA ein.

Mehrere solcher Fälle veranlassten das RIBA Ende der 1950er Jahre dazu, sich eingehender mit dem Problem zu beschäftigen. Offenbar hatten besagte Architekten einen „Special Register Information Service“ des Außenhandelsministeriums für ihre Initiativbewerbungen genutzt, der Auskunft über geplante Projekte im Ausland gab. Um das Werbeverbot aufgrund dieser Einzelfälle nicht erneut ändern zu müssen, bat das RIBA das Ministerium 1958 mittels eines Briefs um Mithilfe.²⁹⁵ Es schlug vor, dass die Informationen über Bauprojekte im Ausland zukünftig nur noch an das RIBA weitergegeben werden sollten. Auf diese Weise könne dann das RIBA geeignete RIBA-Mitglieder eruieren und deren Namen an das Ministerium weiterleiten, das diese

293 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 348, RIBA Council Minutes vom 13.10.1953, Anlage J, S. 1.

294 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 407, 410, RIBA Council Minutes vom 17.06.1958, Anlage L, S. 2f; Professional Conduct Case No. 416, RIBA Council Minutes vom 03.02.1959, Anlage E, S. 1.

295 RIBA/CNCL/1.2.2, Brief des RIBA an das Board of Trade vom 25.03.1958, RIBA Council Minutes vom 13.10.1959.

wiederum den entsprechenden Auftraggebern vorlegen könne.²⁹⁶ Vom Handelsministerium wurde dieser Vorschlag aus Gründen der Praktikabilität rundheraus abgelehnt. Schließlich seien die vom Ministerium verbreiteten Auskünfte auch für Bauingenieure und Bauunternehmer von Interesse, die in dem Prozedere auch kein Problem sähen. Was Architekten mit den Informationen täten, liege nicht in der Verantwortung des Ministeriums.²⁹⁷

Benachbarte Berufsgruppen wie Bauingenieure oder Bauunternehmer, die zum Teil ein ähnliches Leistungsspektrum wie Architekten anboten, hatten nicht mit vergleichbaren Einschränkungen zu kämpfen. Dieses Problem wurde 1959 auf einer Sitzung des *Architects Registration Board* eingehender besprochen. Das *Professional Practice Committee* hatte dazu einen Bericht verfasst, in dem es die Lockerung des Werbeverbots empfahl.²⁹⁸ Gerade auch weil die Auftragslage von Architekten aufgrund großer Konkurrenz von Seiten staatlicher und firmeneigener Planungsabteilungen mager sei, plädierten die Autoren für eine Unterstützung statt Behinderung freiberuflicher Architekten. Insbesondere durch Fertigbauanbieter – sogenannte „Package Dealer“, die einen „All-In Service“ anboten – gebe es für Privatarchitekten immer weniger Arbeit.²⁹⁹ Die vorgeschlagene Lockerung wurde jedoch zunächst nicht umgesetzt.

Mit dem Werbeverbot regulierte das RIBA die Auftragsakquise von freiberuflichen Architekten sehr viel stärker, als dies bei benachbarten Berufsgruppen wie Bauingenieuren oder Bauunternehmern der Fall war. Gerade die genannten Package Dealer stellten dahingehend eine harte Konkurrenz dar, da sie ungehindert Werbung betreiben und damit ihre vermeintlichen Vorteile gegenüber Architekten massentauglich herausstreichen konnten. Auch das AIA hatte sich in den Vereinigten Staaten zu dieser Zeit intensiv mit diesem Rivalen auseinandergesetzt.³⁰⁰ Im Vergleich zum AIA wurde das Werbeverbot vom RIBA sehr viel strikter gehandhabt und die Formulierungen häufiger geändert. Stellte die Marktkonkurrenz der Fertigbaufirmen in beiden Ländern eine große Herausforderung dar, so kam in Großbritannien als zusätzliche Schwierigkeit eine heterogene Mitgliederstruktur des RIBA hinzu. Diese erschwerte es, sich auf eine gemeinsame Position und Strategie im Umgang mit Massenmedien zu einigen.

296 Ebd.

297 RIBA/CNCL/1.2.2, Brief des Board of Trade an das RIBA vom 09.04.1958, RIBA Council Minutes vom 13.10.1959.

298 RIBA/CNCL/1.2.2, Report of the Practice Sub-Committee, S. 3, Sitzungsprotokoll des RIBA vom 13.10.1959, Anlage C.

299 Ebd., S. 4.

300 Vgl. Kap. 5.7.2.

Aber auch innerhalb des RIBA wurde offenbar, dass das Werbeverbot bzw. seine Auslegung in zunehmendem Maße die Marktposition freiberuflicher Architekten gegenüber der Konkurrenz zu schwächen schien. Die geforderte Zurückhaltung, die nach dem Verständnis des RIBA einer Profession angemessen war, drohte für die Auftragsgenerierung zum Problem zu werden. Auf Seiten freiberuflicher Architekten nahm in den 1950er Jahren daher das Gefühl zu, in unfairer Weise vom Werbeverbot betroffen zu sein. In dieser Situation oblag es dem RIBA, Stellung zu beziehen und zwischen Freiberuflern und Baubeamten zu vermitteln. Beim Thema der unerlaubten Anschreiben an Planungsbehörden stellte sich das RIBA eindeutig auf die Seite der Beamten, indem es das Werbeverbot nutzte, um Initiativbewerbungen zu verhindern. Dabei war es den Empfehlungen der Lizenzbehörde *Architects Registration Council of the United Kingdom* (ARCUK) gefolgt. Das RIBA war zunächst auf ein harmonisches Verhältnis bedacht. Zeitweise drohten die Vorschläge des ARCUK aber auch die Tätigkeiten freiberuflicher Architekten so stark einzuschränken, dass sich das RIBA auf seine Ursprünge besann und die Rechte von Privatarchitekten vehement verteidigte.

3.4.4 *Architects' Registration Council of the UK (ARCUK)*

Das ARCUK war 1931 im Zuge der Bemühungen um den Schutz des Architektentitels gegründet worden. Bis dahin konnte sich jeder „Architekt“ nennen, der dies wünschte. Geschützt waren bis dahin lediglich die vom RIBA selbst vergebenen Titel „R.I.B.A. Fellow“, „R.I.B.A. Associate“ und „R.I.B.A. Honorary Member“, die nur tragen durfte, wer sich dieser Auszeichnung verdient gemacht hatte und als Mitglied aufgenommen worden war. 1834 war das RIBA zunächst wie andere Architektenvereine als Debattierklub mit primär sozialer Funktion gegründet worden.³⁰¹ Nur besonders respektable Architekten waren aufgefordert, sich als Mitglied zu bewerben. Über die Aufnahme eines Architekten wurde per geheimer Abstimmung entschieden.³⁰² Die Mitgliedschaft und die damit verbundene Erlaubnis, den RIBA-Titel zu tragen, hatte für Architekten damit vor allem Prestigecharakter. Der Titel verlieh aber keine besonderen Rechte.

Der generelle Schutz des Architektentitels war als Form der Zulassungsbeschränkung erstmals in den 1880er Jahren diskutiert worden, wobei sich vor allem die *Society of*

301 Muthesius 2013, S. 183.

302 Mace 1986, S. xvi.

Architects als eine Art Splittergruppe des RIBA vehement dafür einsetzte.³⁰³ Mehrere parlamentarische Gesetzesvorlagen dazu wurden von dieser Vereinigung zwischen 1887 und 1906 erarbeitet, die jedoch allesamt erfolglos blieben. Vom RIBA selbst und einer Gruppe führender Architekten, die sich selbst „Memoralists“ nannten, wurden diese Bemühungen auch zunächst abgelehnt.³⁰⁴ Architektur wurde von ihnen als Kunstform betrachtet, die primär auf Kreativität basiere und deren adäquate Umsetzung nicht durch die Einführung von Prüfungen und Lizenzen sicherstellt werden könne. Die Aufgabe des RIBA wurde darin gesehen, Architektur als Kunst zu fördern und die Bevölkerung für ihre Eigenschaft als solche zu sensibilisieren. Die Bindung an eine formalisierte Zulassungsbeschränkung, so wurde befürchtet, fördere zwar den Berufsstand, aber nicht die Architektur selbst.³⁰⁵

Nach langanhaltenden Diskussionen setzte sich unter Architekten 1906 aber eine befürwortende Haltung zur Einführung des Architektentitels durch, die nun auch geschlossen im politisch vertreten werden konnte, was wiederum die Aussicht auf Erfolg erhöhte.³⁰⁶ Das RIBA bemühte sich darum, als verantwortliche Körperschaft des öffentlichen Rechts für die Lizenzvergabe anerkannt zu werden. Unterstützung für eine entsprechende Gesetzesvorlage wurde dem RIBA 1927 jedoch von konkurrierenden Architektenorganisationen verweigert. Daher musste 1931 mit dem ARCUK zunächst eine unabhängige Institution gegründet werden, bevor der „Architects Registration Act“ von 1938 verabschiedet werden konnte.³⁰⁷ Mit diesem Gesetz war es fortan nur noch registrierten Personen gestattet, den Architektentitel zu tragen. Im Schatten der Wirtschaftskrise und mit prekärer Arbeitslage waren wohl selbst die letzten Zweifler von den Vorteilen eines Lizenzvergabesystem als Arbeitsmarktsicherung überzeugt worden.

Während die Mitgliedschaft beim ARCUK seit seiner Gründung 1931 Grundvoraussetzung für das Tragen des Architektentitels und die Ausübung von Architektentätigkeiten war, blieb die Mitgliedschaft im RIBA freiwillig,³⁰⁸ war also nach wie vor eine Prestigefrage. Das RIBA konnte gegebenenfalls lediglich den Titel ‚RIBA Architect‘ aberkennen. Zum Entzug einer Architektenlizenz war nur der ARCUK befähigt, auch wenn derlei Entscheidungen in der Regel mit dem RIBA abgestimmt wurden. Von

303 Ebd., S. xix.

304 Ebd.

305 Ebd., S. xx.

306 Ebd.

307 Ebd.

308 Hill, Jonathan: *The Illegal Architect*, London 1998, S. 12.

beiden Institutionen wurde die unrechtmäßige Verwendung des Architektentitels verfolgt. Insbesondere wenn er von Fremdfirmen zu Werbezwecken genutzt wurde sahen sich RIBA und ARCUK gleichermaßen zum Eingreifen verpflichtet. Trat ein Architekt beispielsweise in ein Immobilienunternehmen ein, so musste er entweder aus RIBA und ARCUK austreten oder seinen Titel von offiziellen Dokumenten und Werbeträgern der Firma fernhalten.³⁰⁹

Weniger einhellige Meinungen vertraten RIBA und ARCUK bei Maßnahmen, die Freiberufler und Baubeamte ungleich hart trafen. Unstimmigkeiten ergaben sich unter anderem in den Diskussionen über vermeintlich unzulässige Briefe an Planungsbehörden. So plante der ARCUK zu Beginn des Jahres 1953, ein Rundschreiben an alle Behörden zu verschicken. Darin wurden alle Beamten dazu auffordert, jeden Architekten zu melden, der sich schriftlich über Auftragslage und freie Stellen erkundigte. Diese Idee entsetzte F. E. Shrosbree als Generalsekretär der *Association of Building Technicians*. Seinem „extreme concern“ über das geplante Rundschreiben verlieh er in einem Brief an das RIBA Ausdruck:

„The circular [...] may very well trap the inexperienced young practitioner needing commission, of which there are unfortunately a growing number, into this dangerous course of action.“³¹⁰

Dieses Schreiben leitete das RIBA wiederum an den ARCUK weiter. Eine Rückmeldung vom ARCUK gab es dazu in Form eines Briefes von Pembroke Wicks, der sich als Anwalt

309 Derlei Fälle wurden im RIBA nur selten besprochen. Im Untersuchungszeitraum sind meines Wissens nur drei Fälle dokumentiert, in denen der Verdacht bestand, ein Architekt bewerbe mit seinem Titel eine Fremdfirma: Im ersten Fall hatte eine Immobilienfirma 1950 Rundschreiben versendet, die mit dem Namen eines Architekten unterzeichnet waren. Genannter Architekt erklärt, es handele sich um die Firma seines Vaters, für den er manchmal kleinere Arbeiten übernehme. Er habe einen Entwurf besagten Rundschreibens an einem Büroangestellten des Vaters überbracht und der hätte aufgrund eines Missverständnisses fälschlicherweise Namen und Titel des Sohnes verwendet. Siehe: RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 301, RIBA Council Minutes vom 10.10.1950, Anlage H, S. 2. Im zweiten Fall aus dem Jahr 1951 hatte der Architekt John Leo Mulvany eine Immobilienfirma übernommen und zunächst seinen RIBA-Titel auf offiziellen Dokumenten weiterverwendet. Siehe: RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 313, RIBA Council Minutes vom 9.06.1951, Anlage N, S. 1. Im dritten Fall wurde 1953 die Werbeanzeige für ein Unternehmen in einer Lokalzeitung veröffentlicht, die den Namen und Titel eines Architekten nannte. Besagter Architekt gab an, er habe für seinen Klienten erst kürzlich einen Laden gebaut, der nun in der Anzeige abgebildet worden sei. Dies sei jedoch ohne sein Wissen passiert und auch der Klient bestätigte diese Aussage. Siehe: RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 347, RIBA Council Minutes vom 23.06.1953, Anlage J, S. 2.

310 RIBA/CNCL/1.2.2, Brief von F. E. Shrosbree an C. D. Spragg vom 18.02.1953, RIBA Council Minutes vom 03.05.1953, S. 5f.

seit den Gründungsjahren des ARCUK dort um derartige Angelegenheiten kümmerte.³¹¹ Er gab an, es sei bereits zu spät, um diese Angelegenheit zu diskutieren, denn das Rundschreiben sei mittlerweile schon versandt und in der Fachpresse veröffentlicht worden.³¹² Der ARCUK spielte das Problem herunter und entgegnete Shrosbree in einem zweiten Brief, bei unerfahrenen Architekten würden schon keine radikalen Maßnahmen ergriffen werden.³¹³ Das Thema war damit aber noch lange nicht vom Tisch und gab im folgenden Jahrzehnt immer wieder Anlass zu Diskussionen.

1963 wurde es erneut aufgegriffen. Ricketts verfasste zu diesem Streitthema ein Memorandum, das auf der Sitzung des *Architects Registration Board* im November des Jahres 1963 zirkulierte.³¹⁴ Nach eigener Angabe erhalte er selbst pro Woche etwa zehn Anfragen von meist jungen Architekten auf der Suche nach Arbeit. Somit habe er auch einen ganz eigenen Blick auf das Problem. Er stellte zunächst einmal fest, dass heutzutage „public architects [...] in a position of influential clients“³¹⁵ seien. Spreche ein Privatarchitekt diese gezielt an, um einen Auftrag zu akquirieren, könne dies daher als Verstoß gegen den Verhaltenskodex gewertet werden. Auf der anderen Seite erscheine das Verbot doch auch merkwürdig, wenn nicht einmal mehr ein Kollege dem anderen seine Dienste anbieten dürfe – noch dazu wenn ersterer dringend Arbeit und letzterer ebenso nötig Unterstützung brauche. So ehrenhaft auch die Haltung des RIBA sei, dass ein Architekt nur aufgrund seiner Leistungen und Reputation an Aufträge gelangen solle, so werde es doch gerade jungen, noch unbekannten Architekten damit sehr schwer gemacht und gerade diesen sollte doch etwas unter die Arme gegriffen werden. Zur Lösung des Konflikts unterbreitete Ricketts den Vorschlag, standardisierte Formulare zu verbreiten, in die interessierte Architekten sich beim RIBA eintragen könnten, welche dann einmal jährlich an die Beamten der Planungsabteilungen weiter gegeben würden. Solche standardisierten Formulare bot das RIBA ab 1973 an. Sie konnten von Architekten zur legitimen Kontaktaufnahme mit Behörden zwecks Bewerbung um Bauaufträge genutzt werden.³¹⁶

311 Mr. Pembroke Wicks (Nachruf), in: *The Times*, 01.03.1957, S. 12.

312 RIBA/CNCL/1.2.2, Brief von Pembroke Wicks an C. D. Spragg vom 02.03.1953, RIBA Council Minutes vom 03.05.1953, S. 6.

313 Ebd., S. 7f.

314 RIBA/PRC/8.1.3, Sitzungsprotokoll des PCC vom 27.11.1963, Anlage A.

315 Ebd.

316 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 6(i), 1973.

3.5 Einfluss des Werbeverbots auf die Publizität von Architektur

Auch in einer anderen Angelegenheiten waren sich RIBA und ARCUK uneinig. Insbesondere die Frage, welche Publikationstätigkeiten von Architekten gegen das Werbeverbot verstießen, führte zu einem heftigen Streit. Die Publikation des eigenen Werkes galt seit dem 18. Jahrhundert als anerkannte Praxis der Selbstvermarktung. Sie wurde damals sogar als notwendig erachtet, um sich vom Adel als Auftraggeber emanzipieren zu können.³¹⁷ Dem professionellen Ehrverständnis entsprechend sollten Publikationstätigkeiten jedoch auf die Fachpresse beschränkt und von den Massenmedien Abstand halten. Veröffentlichungen waren Architekten des RIBA seit 1923 zwar grundsätzlich erlaubt, liefen jedoch stets Gefahr, der Propaganda verdächtig zu werden. Auch dieser Aspekt des Werbeverbots unterlag im Untersuchungszeitraum zahlreichen Einschränkungen. Tatsächlich wurden die Regelungen auch in diesem Bereich stetig ausgeweitet. 1933 sah das RIBA auch hier Handlungsbedarf, wobei offenbar die Formate Schleichwerbung und Produktwerbung verhindert werden sollten. Entsprechend wurde das Werbeverbot um zwei Textpassagen erweitert. Zum einen wurde untersagt, einen Verleger oder Herausgeber für das Abdrucken von Beschreibungen und Abbildungen in der Presse zu bezahlen.³¹⁸ Damit war die Möglichkeit unterbunden, Werbung zu betreiben, die als vermeintliche Berichterstattung daher kam. Ein Architekt durfte sich dementsprechend keine öffentliche Aufmerksamkeit erkaufen. Zum anderen sollte verhindert werden, dass Veröffentlichungen über die Leistung eines Architekten für die Werbung verwendeter Produkte benutzt wurde. Im Werbeverbot war daher festgelegt, dass diese Publikationen vom Verlag nicht für die Generierung von Werbeanzeigen genutzt werden durften.³¹⁹ Architekten sollten also nicht den Eindruck erwecken, Produkte oder Firmen zu empfehlen.

3.5.1 Beschränkungen zur Publikation von Architekturzeichnungen

Einen ambivalenten Effekt erzeugte allerdings das ebenfalls 1933 eingefügte Verbot, veröffentlichtes Bild- und Textmaterial an potentielle Kunden zu verschicken. Einmal mehr ging es an dieser Stelle darum, aggressive Formen der Auftragsakquise zu

317 Wilton-Ely, John: The Rise of the Professional Architect in England, in: Kostof, Spiro (Hg.): The Architect. Chapters in the History of the Profession, New York 1977, S. 180–208, S. 188.

318 Code of Professional Practice, Abschnitt 3(b,1), in: RIBA Kalendar, London 1933, S. 20f.

319 Ebd.

unterbinden. Seit 1933 und bis 1978 galt demnach folgende Regel für die Verbreitung von Bildmaterial:

„An Architect may consent to the publication of a series of illustrations [...] of any building or buildings for which he has been responsible, provided that [...] there is no attempt to distribute the publication to potential clients.“³²⁰

Auch wenn diese Vorgaben fünfundvierzig Jahre lang unverändert galten, so bestand darüber bei weitem keine Einigkeit unter den RIBA-Mitgliedern. Anlass zu Streitigkeiten gab die Formulierung „illustrations [...] of [...] buildings“. Damit traf die Regel keine konkrete Aussage über Architekturzeichnungen im Entwurfsstadium. Inwiefern die Publikation nicht realisierter Entwürfe gegen das Werbeverbot verstieß, war daher eine Frage der Auslegung und provozierte im Untersuchungszeitraum Komplikationen und Kontroversen. Durchaus problematisch waren derartige Illustrationen nicht realisierter Projekte wenn sie an Fertighauskataloge erinnerten. Dies suggerierte eine Nähe zur Werbepraxis von Unternehmern, von der sich Mitglieder einer Profession gerade distanzieren wollten.

In einzelnen Fällen führte eine unnachsichtige Auslegung aber auch zu fragwürdigen Ergebnissen, die auch für Zeitgenossen nur noch bedingt nachvollziehbar waren. Zwei Architekten wurden 1949 beispielsweise verwarnt, weil ihr Name in der Lokalpresse und einem Ausstellungskatalog auftaucht war.³²¹ Die Beschuldigten gaben an, von der lokalen Handelskammer angesprochen worden zu sein, ob sie Informationsmaterial zu einer geplanten Ausstellung beisteuern könnten. Die besagten Architekten hatten mehrere Fabriken in der Umgebung geplant und ausgeführt. Pläne und Zeichnungen zu eben diesen Bauprojekten wurden auf der Ausstellung gezeigt, worüber wiederum die Lokalpresse berichtet hatte. Dies interpretierte das RIBA nun als Verstoß gegen das Werbeverbot. Besagte Architekten verteidigten sich mit dem Argument, sie hätten die Sache einem jungen Mitarbeiter überlassen und sich nicht weiter darum gekümmert. Auch seien sie vorab gar nicht darüber in Kenntnis gesetzt worden, dass eine offizielle Veröffentlichung in Form eines Kataloges geplant gewesen war. Als sie davon erfahren hatten, sei es bereits

320 Ebd.

321 RIBA/CNCL/1.2.2., Professional Conduct Case No. 266, RIBA Council Minutes vom 05.04.1949, Anlage K, S. 2.

zu spät gewesen, um das Ganze noch verhindern zu können. Der RIBA-Rat akzeptiert diese Begründungen und beließ es bei einer Verwarnung.³²²

1950 wurde ein weiterer Architekt abgemahnt, der Zeichnungen eines von ihm geplanten aber nicht realisierten Gebäudes in einem Magazin veröffentlicht hatte. Stein des Anstoßes war nicht so sehr diese Tatsache selbst, als vielmehr die Bildunterschrift. Diese informierte die Leserschaft nämlich darüber, bei welcher Adresse die gezeigten Pläne bestellt werden könnten. Beschuldigter Architekt verteidigte sich damit, dass er von der Veröffentlichung nichts gewusst und erst durch die Anschuldigung des RIBA davon erfahren habe. Der Herausgeber des Magazins bestätigte diese Aussage, weshalb es das RIBA auch bei einer Verwarnung beließ.³²³

Nicht ganz so glimpflich ging ein vergleichbarer Fall für den Architekten William Mathias Carter aus, der gleichzeitig Inhaber der Firma „Planahome“ war. Er hatte ein Buch veröffentlicht, das ähnlich wie ein Fertighauskatalog durchgeplante Hauspläne zum Verkauf anbot. Darunter waren auch zahlreiche Zeichnungen von Carter selbst zu finden. Vom ARCUK war ihm 1955 aus diesem Grund die Architektenlizenz entzogen worden. Das RIBA folgt diesem Beispiel und schloss ihn für fünf Jahre von der RIBA-Mitgliedschaft aus, obgleich Carter darum gebeten hatte, weiterhin Mitglied bleiben zu dürfen.³²⁴ Darüber hinaus konnte das RIBA aber nichts weiter unternehmen, um die Veröffentlichung selbst zu verhindern. Fraglich ist, ob Carter durch das Verbot, den Architektentitel weiterhin tragen zu dürfen, überhaupt ernstlich geschadet wurde. Immerhin entschloss sich dieser drei Jahre später dazu, eine Neuauflage seines Katalogs auf den Markt zu bringen, anstatt weitere zwei Jahre auf die Erneuerung seiner Mitgliedschaft zu warten. Gegen eine Anzeige in der Daily Mail, die das Buch „Planahome“ bewarb, konnte das RIBA nichts tun, solange der Autor auf die Nennung des Architektentitels verzichtete.³²⁵ Offenbar hatte sich Carter ausgerechnet, eher auf den Titel als die Publizität verzichten zu können.

3.5.2 Werbeverbot als Bedrohung der Kunstfreiheit

Deutlich wurde die Zweifelhaftigkeit des Werbeverbots insbesondere bei den Regelungen zur Veröffentlichung von Abbildungen. Sie zielten zwar hauptsächlich auf Publikation wie

322 Ebd.

323 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 300, RIBA Council Minutes vom 10.10.1950, Anlage H, S. 2.

324 RIBA/CNCL/1.2.2, Professional Conduct Case No. 382, RIBA Council Minutes vom 14.05.1955, Anlage L, S. 2.

325 RIBA/PubRel/11.1.5, Article in Daily Mail, PRC Meeting Agenda vom 01.05.1958, S. 6.

„Planahome“, drohten aber zu einem Problem für die allgemeine Publikationstätigkeit zu werden. Schon 1950 hatte ein ähnlich gelagerter Fall dafür gesorgt, dass der *Architects Registration Board* dieser Thematik eine längere Sitzung widmete. Stein des Anstoßes war dabei das „Ideal Home Book of Plans“, in dem verschiedene Entwürfe für Wohnhäuser zu finden waren.³²⁶ Dabei wurden auch die verantwortlichen Architekten samt ihrem Titel „F.R.I.B.A.“³²⁷ namentlich erwähnt. Daran anschließend stellte sich die Frage, wie mit dem Fall umzugehen sei und wie generell zwischen zulässigen und unzulässigen Publikationen von Architekturzeichnungen unterschieden werden könne. Erneut tauschte sich das RIBA in dieser Angelegenheit mit dem ARCUK aus.

Das Ratsmitglied Seymer verwies dabei auf die Schwierigkeit, angemessene Worte für den Verhaltenskodex zu finden. So war es durchaus nicht einfach, eine Regel zu entwickeln, die Werbetaktiken verbiete „while leaving freedom to those who wished to publish imaginary designs as a contribution to the study of architecture.“³²⁸ Seit 1933 erlaubte das Werbeverbot Publikationstätigkeiten in der Presse nur, solange Architekten dafür nicht bezahlten. Bislang war das RIBA davon ausgegangen, dass diese Festsetzung ausreiche, um unliebsame Reklamestrategien zu unterbinden. Nun stellte sich aber das Gefühl ein, dass in einer zunehmenden Zahl von Fällen – obwohl kein finanzielles Zutun des Architekten festgestellt werden konnte – diese Veröffentlichungen dennoch nicht im „spirit of the code“³²⁹ seien.

Als Beamter des ARCUK hatte Pembroke Wicks in dieser Sache erneut die Kommunikation mit dem RIBA übernommen. Und abermals machte er Vorschläge, die mit wenig Begeisterung aufgenommen wurden. Er forderte das RIBA zunächst einmal dazu auf, eine gemeinsame Position im Umgang mit den Abbildungen zu entwickeln und gegebenenfalls das Werbeverbot zu überarbeiten. Aufgabe war es also, den Ehrenkodex des RIBA mit dem des ARCUK abzugleichen, der da lautete:

„The growth of an architect’s practice should depend on merit. He must not advertise.“³³⁰

326 RIBA/CNCL/1.2.2, ARCUK: Report on Publication of Plans, S. 1, RIBA Council Minutes vom 02.05.1950, Anlage M.

327 „F.R.I.B.A.“ steht für „Fellow of the Royal Institute of Architects“.

328 RIBA/CNCL/1.2.2, RIBA Council Minutes vom 04.04.1950, S. 12.

329 RIBA/CNCL/1.2.2, Publication of Plans, S. 1, RIBA Council Minutes vom 04.04.1950, Anlage Q.

330 RIBA/CNCL/1.2.2, Brief von Pembroke Wicks (ARCUK) an C. D. Spragg (RIBA), undatiert, RIBA Council Minutes vom 04.04.1950, S. 12f.

Daraus leitete Pembroke nun ab, dass es letztlich von der Intention eines Architekten abhängen, ob die Veröffentlichung von Abbildungen Werbung darstelle oder nicht.³³¹ Habe ein Architekt nicht vor, damit Reklame zu betreiben, dann sei auch keine Verletzung des Werbeverbots zu konstatieren. Er gab zu, dass dies schwer zu prüfen sei und schlug vor, die Verpflichtung zur Beweisführung jeweils dem entsprechenden Architekten zu übertragen.³³² Dieser Vorschlag war nun für das RIBA inakzeptabel und wurde strikt abgelehnt.³³³

Ein Sonderkomitee des RIBA hatte eigene Empfehlungen zur Überarbeitung des Werbeverbots vorbereitet, um das Problem mithilfe adäquater Formulierungen in den Griff zu bekommen. Im vorgelegten Bericht dazu verwiesen die Autoren auf eine unüberschaubare Zahl ganz unterschiedlich gearteter Fälle, die sich nicht so einfach generalisieren ließen.³³⁴ Auch gaben sie zu bedenken, dass eine zu rigide Regelung der Publikationstätigkeit von Architekten sich negativ auf die Öffentlichkeitsarbeit des RIBA selbst auswirken könne, die unbedingt notwendig sei, um das Interesse von Laien an der Architektur zu befördern.³³⁵ Das Komitee hatte sich daher darauf verständigt, dass Publikationen genereller Art zur architektonischen Allgemeinbildung beitragen und daher in jeglicher Form und jeglichem Medium erlaubt sein sollten. Auch sollte die Veröffentlichung von Wettbewerbsergebnissen mit keinerlei Einschränkungen belegt werden – unabhängig davon ob es sich um Preisträger handle oder nicht.³³⁶

Um eine Unterscheidung zulässiger und unzulässiger Veröffentlichungen tätigen zu können, wurde vom Komitee aber auch eine Überarbeitung des Werbeverbots empfohlen. So schlug es vor, zwischen beauftragten und ausgeführten Bauprojekten zu differenzieren.³³⁷ Erlaubt werden sollten demnach nur noch Abbildungen von Projekten, die auch realisiert worden waren. Im *Architects Registration Board* wurde dieser Vorschlag aufgeregt diskutiert. Mehrfach wurde dabei betont, dass dies Architekten die künstlerische Freiheit nehme. Das Zeichnen von Phantasie-Projekten gehöre seit jeher zur Arbeit eines Architekten. Dies stelle ja auch eine Form wissenschaftlicher Forschung dar. Ein Architekt sei schließlich Künstler und es komme ja auch niemand auf die Idee, einem Maler oder

331 RIBA/CNCL/1.2.2, RIBA Council Minutes vom 04.04.1950, S. 13.

332 Ebd.

333 Ebd.

334 RIBA/CNCL/1.2.2, Publication of Plans, S. 1, RIBA Council Minutes vom 04.04.1950, Anlage Q.

335 Ebd.

336 Ebd., S. 2.

337 Ebd., S. 1.

Bildhauer ähnliches zu verbieten.³³⁸ Auch könne einem Museum nicht verboten werden, derartige Zeichnungen der Öffentlichkeit zu präsentieren. Einig war sich der Rat dennoch, dass RIBA und ARCUK eine einheitliche Regelung finden sollten.³³⁹

Keinen Monat später wurde die Debatte weitergeführt. Zu diesem Zweck hatte der ARCUK einen Report verfasst und einen konkreten Vorschlag zur Formulierung abgeliefert.³⁴⁰ So war überlegt worden, ob die im „Ideal Home Book of Plans“ genannten Architekten gemäßregelt werden sollten. Der ARCUK hatte sich dagegen entschieden, schlug stattdessen ein Überarbeitung des Werbeverbots vor und griff dabei die bereits diskutierte Differenzierung der Abbildungen auf:

„Although there is no objection to an Architect allowing signed illustrations and descriptions of his executed or commissioned work to be published in the Press, no monetary consideration may be given by the architect for such insertions, nor may he solicit or encourage such publication for the purpose of increasing his practice. In the case of the publication of specific designs of work which has not been commissioned or constructed, the onus will lie on the architect to prove that he did not initiate publication for the purpose of self-advertisement [Unterstreichungen sind der Quelle entnommen].“³⁴¹

In den Reihen des RIBA war daraufhin die Aufregung groß. Ralph Tubbs und Howard Robertson waren verhindert und konnten an der Sitzung im Mai 1950 nicht teilnehmen. Sie teilten ihre Ansichten daher auf schriftlichem Wege mit, wodurch ihre Fundamentalkritik in aller Ausführlichkeit dokumentiert ist:

„As this is a most important matter striking at the very roots of architecture as an art, I would urge that the Council should be firm in maintaining that freedom of publication of designs [...]. The architect's design is as much a free creation of his own mind as a picture or a piece of sculpture. To ban the showing of these designs is as contrary to the spirit of this country as the banning of free speech.“³⁴²

338 RIBA/CNCL/1.2.2, RIBA Council Minutes vom 04.04.1950, S. 13.

339 Ebd.

340 RIBA/CNCL/1.2.2, ARCUK Report on Publication of Plans, S. 1, RIBA Council Minutes vom 02.05.1950, Anlage M.

341 Ebd., S. 2.

342 RIBA/CNCL/1.2.2, Brief von Ralph Tubbs an den RIBA Council vom 01.05.1950, RIBA Council Minutes vom 02.05.1950, S. 6.

Während Tubbs den Vorschlag des ARCUK als Bedrohung der Meinungsfreiheit interpretierte, verwies Robertson auf die Bedeutung, die Phantasie-Entwürfe in der Geschichte der Architektur zukomme:

„Many examples have occurred in the past of projects which were quite imaginary or covered some possible future development. Architects have amused themselves in this way and have interested their colleagues by submitting ideas fantastic or otherwise which might never materialise.“³⁴³

Ein Verbot erschien ihm daher ebenso praxisfern wie seinem Kollegen Tubbs. Außerdem war er der Ansicht, ein einfacher Verweis darauf, dass jede Publikation im Sinne der Berufsethik sein müsse, wäre ausreichend, denn so viele Fälle unkorrekten Verhaltens gebe es vermutlich ohnehin nicht.³⁴⁴ In der sich anschließenden Diskussion wurde einmal mehr deutlich, dass sich innerhalb des RIBA zwei Lager gegenüberstanden und freiberufliche Architekten ihre Rechte gegenüber einer erstarkenden Beamtenschaft verteidigen mussten. In diesem Sinne kritisierte eines der Ratsmitglieder, dass mit den neuen Regelungen Privatarchitekten gegenüber Baubeamten klar benachteiligt würden, denn den Planungsbehörden verböte niemand, ihre Projekte zu veröffentlichen.³⁴⁵ Letztlich beschlossen die Ratsmitglieder jedoch, dass es nicht ratsam sei, einen Streit mit dem ARCUK vom Zaun zu brechen und entschieden sich gegen die Möglichkeit, eine harte Oppositionshaltung einzunehmen.

Die Diskussion verlief im Grunde im Sande. Die durch das „Ideal Home Book of Plans“ ausgelöste Debatte resultierte letztlich nicht in einer Überarbeitung des Werbeverbots. Auch als 1953 eine Neuauflage des Ehrenkodexes veröffentlicht wurde, behielt das RIBA diesbezüglich die Formulierungen des Jahres 1933 bei. Auch wurden Abbildungen im Untersuchungszeitraum nicht nochmal in vergleichbarer Intensität besprochen. Dennoch ist davon auszugehen, dass die Regelung steigenden Unmut unter Privatarchitekten hervorrief. Im Jahr 1964 stellte auch das PRC fest, dass RIBA-Mitglieder generell gegen ein Werbeverbot seien, das Baubeamten eine Sonderbehandlung einräume:

343 RIBA/CNCL/1.2.2, Brief von Howard Robertson an den RIBA Council vom 01.05.1950, RIBA Council Minutes vom 02.05.1950, S. 7.

344 RIBA/CNCL/1.2.2, RIBA Council Minutes vom 02.05.1950, S. 7.

345 Ebd.

„Members generally deplored an interpretation which allowed public authorities to advertise in the public press, with pictures of work undertaken, whilst architects were restricted to discreet advertisements in the technical press.“³⁴⁶

3.5.3 Fernsehverbot für Architekten

In den 1960er Jahren wurde das Werbeverbot in zunehmendem Maße als Behinderung eines öffentlichen Diskurses über Architektur wahrgenommen. So waren es immer wieder Einzelfälle, die vor Augen führten, wie problematisch die strikte Auslegung des Werbeverbots für die Publizität von Architektur im Allgemeinen sein konnte. Hatten Architekten schon zu Beginn des 20. Jahrhunderts darüber geklagt, dass die öffentliche Teilnahme an der Baukunst gering sei, so hatte sich an dieser Situation nichts grundlegendes geändert und das Publizitätsverbot des RIBA-Ehrenkodexes schien diese tendenziell eher zu verschlimmern. Dies wurde insbesondere in einer Debatte deutlich, die zu Beginn der 1960er Jahre über zulässige Fernsehauftritte von Architekten geführt wurde. Eine Unterabteilung des PRC, zuständig für Film und Fernsehen, hatte 1962 nur Negatives über die Wertschätzung von Architektur in diesen Medien zu berichten:³⁴⁷ Enttäuscht waren die Mitglieder zunächst von einer Dokumentation über die Geschichte der Coventry Cathedral. Sie war den Bombenangriffen der Deutschen Luftwaffe im Zweiten Weltkrieg zum Opfer gefallen. Als Mahnmal wurde sie nach Kriegsende in ihrem ruinösen Zustand belassen, dem in den 1950er Jahren ein Neubau zur Seite gestellt wurde. Dass der dafür verantwortlich zeichnende Architekt Sir Basil Spence in der BBC-Sendung nur am Rande Erwähnung fand, löste Unzufriedenheit im RIBA aus.³⁴⁸ Als weitaus problematischer wurde jedoch eine mehrere Wochen andauernde Fernsehserie über die Renovierung eines Hauses in Ealing betrachtet, bei der offenbar überhaupt kein Architekt notwendig gewesen war. Eine dritte in den Akten erwähnte Produktion des BBC wiederum dokumentierte den Baufortschritt eines Hauses. Als Protagonistin der Sendung trat die Bauherrin auf, nebenbei verwies sie aber auch auf ihren Architekten. Besonders tragisch für das RIBA war die Tatsache, dass es sich bei diesem vermeintlichen Architekten eigentlich um einen

346 RIBA/PRC/8.1.3, PPC Minutes vom 25.11.1964, S. 2.

347 RIBA/PubRel/11.1.5, Minutes of the Joint Meeting of the Public Relations Officers of Allied Societies, Chapters and Branches and the Public Relations Committee of the RIBA vom 29.11.1961, S. 4.

348 Ebd.

Bauunternehmer handelte.³⁴⁹ Dass Architekten offenbar überflüssig waren und ihr Berufstitel in der Öffentlichkeit derart undifferenziert verwendet wurde, bedeutete für eine Professionsvertretung begreiflicherweise Anlass zur Sorge.

Umso unverständlicher wiederum wirken Fälle, in denen gerade positive Darstellungen des Architektenberufs durch eine besonders strikte Auslegung des Berufskodexes eine Werbeabsicht unterstellt wurde. Harsche Kritik musste in diesem Sinne der Architekt John Madin einstecken, der 1965 in einer BBC-Dokumentation aufgetreten war. Zu dieser Zeit war er erfolgreich als Architekt in Birmingham tätig und seine Auftragslage machte sicher keine Eigenwerbung nötig. Der Dokumentarfilm „Six Men – Portraits of Power in a Modern City“ zeigte ihn neben einem Rats Herrn, einem Bischof, einem Zeitungsherausgeber, einem Fabrikunternehmer und einem Parlamentsabgeordneten.³⁵⁰ Im Gegensatz zu den weniger schmeichelhaften Darstellungen wurden Architekten hier also in einflussreicher Position zwischen respektablen Männern und Berufsgruppen gezeigt. Die Fernsehsendung folgte Madin in seinem Arbeitsalltag und ließ ihn in ausführlichen Interviews seine eigenen Vorstellungen und Ideen über Architektur darlegen. Obwohl Madin für die Sendung kein Honorar erhalten hatte, warf ihm das ARCUK „disgraceful conduct“ vor,³⁵¹ nachdem er von einem Kollegen aus Birmingham der Werbetätigkeit beschuldigt worden war.³⁵²

Damit löste der ARCUK einmal mehr Aufregung innerhalb des RIBA aus, das sich in einer Sitzung am 18. Januar 1966 intensiv mit dem Fall beschäftigte. In Vorbereitung auf das Treffen zirkulierten mehrere Dokumente. Zum einen verfasste Malcom MacEwen eine Stellungnahme. Demnach hatte die BBC verlauten lassen, dass sie Architektur eigentlich gerne öfter thematisieren würde. Dies sei aber nur möglich, wenn ihnen erlaubt werde, auch über „architects as personalities“ zu berichten. Nach Ansicht MacEwens sei es daher nicht im Interesse des RIBA, Dokumentationen über Architektur, aber nicht über Architekten zuzulassen.³⁵³ In einer zweiten, gemeinsamen Mitteilung des *Public Relations Committee* (PRC), des *Professional Practice Committee* (PPC) und des *Professional*

349 Ebd.

350 BBC TWO: Six Men. Portraits of Power in a Modern City, Episode 1: John Madin, Dokumentarfilm, 30 Minuten, ausgestrahlt am 25.04.1965, Zitat aus Eröffnungsszene, <https://randomarchitecturememories.com/home/six-men-john-madin-john-bird-bbc-1965> [Zugriff: 18.01.2016].

351 RIBA/PubRel/11.1.5, Interpretation of the Code in Relation to Advertinsing and Publicity, Memorandum des PRC, PPC, PCC, PRC Meeting Agenda vom 18.01.1966, Anlage, Abschnitt 6, S. 2.

352 BBC Pebble Mill: John Madin and the Donnellan Documentary – Six Men, <http://www.pebblemill.org/blog/john-madin-and-the-donnellan-documentary-six-men/> [Zugriff: 23.02.2018].

353 RIBA/PubRel/11.1.5, Bericht von Malcolm MacEwen, Anlage zur PRC Meeting Agenda vom 18.01.1966, Abschnitt 5, S. 1.

Conduct Committee (PCC) wurde dieser Aspekt genauer ausgeführt. Bezugnehmend auf einen bereits zwei Jahre zuvor verfassten Bericht des PRC wurde darauf hingewiesen, dass sich Fernsehproduzenten schon mehrfach darüber beklagt hätten, „that architects are forced to hide behind a cloak of professionalism“.³⁵⁴

Aufgrund des vom ARCUK publik gemachten Fall Madins müsse das RIBA nun unbedingt Stellung beziehen, wolle es eine anhaltende Berichterstattung über Architektur in Presse, Radio und Fernsehen sicherstellen.³⁵⁵ Aus Sicht der Verfasser des Berichts müsse es Architekten unbedingt gestattet werden, ihre Ansichten in der Öffentlichkeit zu vertreten, um an einer „public debate on architecture“³⁵⁶ teilnehmen zu können. Architektur lasse sich der Öffentlichkeit nun mal nicht ohne Architekten präsentieren:

„People are news, and without architects, architecture and buildings would become very dull subjects or depend on the image projected by contractors, estate agents and others.“³⁵⁷

Über die strikte Haltung des ARCUK im Falle John Madins war das PRC „seriously concerned“, da dies die eigene Arbeit behindere, die ja nun darin bestehe, der Architektur mehr Öffentlichkeit zu verschaffen.³⁵⁸ Der Bericht erklärte daher eine generelle Lockerung des Werbeverbots für angebracht und verwies in diesem Zusammenhang auf die Law Society, die gerade erst ihr Werbeverbot gelockert habe, um damit das Prestige der eigenen Profession in der Öffentlichkeit zu befördern.³⁵⁹ PRC, PPC und PCC schlugen 1966 außerdem vor, eine „distinction between public relations and advertising“ einzuführen – eine Strategie, die das AIA seit den 1920er Jahren verfolgte.³⁶⁰

Trotz dieser Bedenken von PRC, PPC und PCC sollten die Regelungen von 1953 weiterhin gelten und auch in der Neufassung von 1973 diesbezüglich keine nennenswerte Lockerungen eingefügt werden. Auch war das Massenmedium Fernsehen zwar in den internen Debatten des RIBA durchaus vertreten, in die veröffentlichte Version des Werbeverbots hielt es jedoch keinen Einzug. Erst 1978 sollte es indirekt integriert werden,

354 RIBA/PubRel/11.1.5, Interpretation of the Code in Relation to Advertinsing and Publicity, Anlage zur PRC Meeting Agenda vom 18.01.1966, Abschnitt 2, S. 1.

355 Ebd., Abschnitt 4, S. 1.

356 Ebd., Abschnitt 13, S. 3.

357 Ebd., Abschnitt 11(ii), S. 3.

358 Ebd., Abschnitt 7, S. 2.

359 Ebd., Abschnitt 14, S. 3.

360 Vgl. Kap. 5.1.2.

indem nun genereller von ‚media‘ statt ausschließlich von ‚press‘ die Rede war.³⁶¹ Auch die Diskussion über Filmbeiträge führte damit letztlich nicht zu einer Überarbeitung des Werbeverbots.

Seit 1950 hatte das Werbeverbot in einigen Fällen zur Uneinigkeit zwischen RIBA und ARCUK geführt. Bei der Veröffentlichung von Architekturzeichnungen 1950, den proaktiven Bewerbung in Planungsbehörden 1953 und den Fernsehauftritten von Architekten 1966 hatten beide Institutionen unterschiedliche Meinungen vertreten. Dennoch hatte das RIBA jeweils eine direkte Konfrontation vermieden und war den Vorgaben des ARCUK in aller Regel gefolgt. Andererseits wehrte sich das RIBA auch erfolgreich gegen verschiedene Vorschläge des ARCUK, das Werbeverbot zu verschärfen.

3.6 Öffentlichkeitsarbeit des RIBA

Anhand unterschiedlicher Medienformate (Baustellenschilder, Zeitungsanzeigen oder Fernsehdokumentationen) war innerhalb des RIBA darüber diskutiert worden, inwieweit das Werbeverbot eine notwendige Öffentlichkeitsarbeit behindere. Zu einer Lockerung der Regeln konnte sich der RIBA-Rat jedoch nur langsam durchringen. Der auffälligste Unterschied der britischen Architektenvertretung zu ihrem US-amerikanischen Pendant stellt daher auch die Intensität ihrer Öffentlichkeitsarbeit dar. Innerhalb des RIBA wurde sie nicht nur auf individueller Ebene abgelehnt und war den eigenen Mitgliedern verboten. In diese Kategorie der Werbung wurde auch das subsummiert, was in den Vereinigten Staaten unter ‚Public Relations‘ firmierte und dort auch massiv gefördert wurde. Zwar hatte sich auch das RIBA schon zu Beginn des 20. Jahrhunderts zum Ziel gesetzt, Architektur mehr Öffentlichkeit zu verschaffen. Es hatte dafür 1926 auch mit dem *Publicity Committee* einen Untersuchungsausschuss eingerichtet und diesen 1933 mit der Gründung des PRC verstetigt, das wiederum bis 1967 existierte, als es vom *Membership and Public Affairs Department* ersetzt wurde.³⁶² Das PRC unterhielt Kontakte mit der Presse, organisierte Vorträge, Ausstellungen, Konferenzen und bemühte sich um die Verbreitung von Filmen, Rundfunksendungen und Informationsbroschüren. Bezüglich der Quantität generierter massenmedialer Inhalte blieb das RIBA jedoch weit hinter der Produktivität des AIA zurück.³⁶³

361 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 3.6.1(a), 1978.

362 Mace 1986, S. 235f.

363 Vgl. Kap. 5.5.

Dies lag wohl auch an der in Großbritannien weitverbreiteten, ablehnenden Haltung gegenüber der PR-Branche, die in den USA sehr viel höheres Ansehen genoss.³⁶⁴ Öffentlichkeitsarbeit wurde als Teil einer Unternehmenskultur wahrgenommen, von der sich britische Professionen gezielt distanzierten.³⁶⁵ Ihre Ursprünge wurden in Werbung und Propaganda gesehen, die gleichermaßen als ‚amerikanisch‘ abgestempelt waren. Die politische Propaganda hatte in Großbritannien eine nicht weniger lange Tradition, mit dieser Tatsache wurde jedoch verschwiegener umgegangen.³⁶⁶ Die allgemeine europäische Abneigung gegenüber US-amerikanischer Massenkultur begegnete den PR-Agenturen der US-amerikanischen Politik mit Misstrauen,³⁶⁷ auch wenn sich in den 1950er Jahren in Großbritannien gleichermaßen eine „huge political public relations industry“ entwickelt hatte.³⁶⁸

Diese ablehnende Haltung gegenüber der Öffentlichkeitsarbeit pflegte auch das RIBA, das keinesfalls den Anschein erwecken wollte, propagandistisch tätig zu sein und ‚unostentatiousness‘ zur Grundprämisse erklärt hatte. Nicht nur wurde die Aktivität einzelner Architekturbüros streng überwacht, auch die Öffentlichkeitsarbeit des RIBA selbst musste über jeden Verdacht persuasiver Werbetätigkeit erhaben bleiben. Die traditionsreichen Formate von Ausstellungen, Vorträgen und Konferenzen passten problemlos in dieses Schema, mit den massenmedialen Formaten Radio, Fernsehen und Tagespresse tat sich das RIBA jedoch schwer.

3.6.1 Malcom MacEwen als *Chief Information Officer*

Kritische Stimmen an dieser Haltung wurden Ende der 1950er jedoch auch im RIBA laut, beispielsweise im Bericht einer PPC-Kommission über mögliche Änderungen des Werbeparagraphen vorlegte. Initiiert wurde dieser Report durch den bereits erwähnten Konflikt mit dem ARCUK bezüglich der Auftragsakquise in den britischen Kolonien. Diese Kontroverse nahm der 1959 speziell für diese Thematik eingerichtete Untersuchungsausschuss zum Anlass, eine allgemeine Lockerung der Werbeparagraphen zu empfehlen.

364 Vgl. Kap. 5.4.

365 Selbst die Forschung zur PR-Geschichte wurde lange Zeit ausschließlich als Unternehmensgeschichte betrieben. Siehe: Miller, Karen S.: U.S. Public Relations History: Knowledge and Limitations, in: Communication Yearbook 23 (2000), S. 381–420.

366 Tunstall, Jeremy: The Media in Britain, London 1983, S. 6.

367 Curran, James /Seaton, Jean: Power Without Responsibility, London/ New York 1985, S. 254f, 271.

368 Williams, Kevin: Get Me a Murder a Day! A History of Mass Communication in Britain, London/New York 1998, S. 252.

Dabei schlugen die Verfasser zum einen vor, den Ehrenkodex des RIBA von der strikteren Version des ARCUK zu variieren. Begründet wurde dies mit dem unterschiedlichen Stellenwert beider Kodizes. Denn der ARCUK-Code sei rechtlich bindend und könne bei Missachtung zur Aberkennung des Architektentitels führen. Der RIBA-Code sei im Unterschied dazu eher als „the Club Rules“³⁶⁹ zu verstehen. Zuwiderhandlung gegen den RIBA-Kodex konnten zwar zur Beendigung der Mitgliedschaft führen, jedoch nicht zu rechtlichen Konsequenzen.³⁷⁰ Nichtsdestotrotz sei eine gemeinsame Regelung jedoch wünschenswert, weshalb das ARCUK seinerseits zu einer Änderung seines Codes gedrängt werden solle.³⁷¹ Aufgrund der derzeit schwierigen Situation für Privatarchitekten, die harte Konkurrenz durch Baubeamte erführen wie auch durch konkurrierende Firmen mit eigenen Planungsabteilungen und angestellten Architekten, empfahlen die Autoren außerdem, auf das öffentliche Bild freiberuflicher Architekten positiv einzuwirken. Nicht nur sollte nach ihrer Ansicht Privatarchitekten mehr Freiheit zugestanden werden, um über ihr Leistungsspektrum zu informieren. 1959 empfahl das PPC dem *Architects Registration Board*, sich verstärkt um „collective advertisement‘ on behalf of the profession“ zu kümmern und diese Aufgabe dem PRC zu übertragen.³⁷² Auch seien derlei Anstrengungen bereits von anderen Architektenvereinen wie dem *Institute of Registered Architects* oder der *Incorporated Association of Architects and Surveyors* unternommen worden.³⁷³

Letztlich konnte der RIBA-Rat wohl überzeugt werden. Im Jahr 1962 werden jedenfalls mehrere Informationsbroschüren des PRC erwähnt, die sich an Bauherren richteten und die Kompetenzen und Qualitäten des Architekten gegenüber konkurrierenden Planungsanbietern herausstellten.³⁷⁴ Damit produzierte in den 1960er Jahren auch das RIBA PR-Material für den Architektenberuf, auch wenn sich diese im Archiv des RIBA, abgesehen von ihrer Erwähnung in den Akten, größtenteils nicht nachweisen lassen. Gegenüber vergleichbaren Informationsbroschüren des AIA handelte es sich bei „Choosing an Architect“³⁷⁵ aus dem Jahr 1963 um ein dünnes und schlichtes Faltprospekt

369 RIBA/PubRel/11.1.5, Report of the Practice Sub-Committee vom 1.1.1959, S. 3, PRC Meeting Agenda vom 3.2.1959, Anlage C.

370 Ebd.

371 Ebd.

372 RIBA/CNCL/1.2.2, Report of the Practise Sub-Committee vom 01.01.1959, S. 5, RIBA Council Minutes vom 03.02.1959, Anlage C.

373 Ebd.

374 Die Titel besagter Broschüren lauteten „The Architect and His Work“, „Before you Build“ und „Your House – Why You Should Use an Architect“, RIBA/PubRel/11.1.5, PRC Meeting Agenda vom 04.10.1962, Anlage C.

375 FLL/VF/Z 2550/RIBA, Choosing an Architect, 1963. Hierbei handelt es sich um die einzige derartige Broschüre, die ich im Zuge meiner Recherchen ausfindig machen konnte. In den RIBA-Akten fand sie allerdings keine Erwähnung.

von lediglich einer DIN A4 Seite im schlichten Design. Im Vergleich zum AIA war das RIBA damit auch in gestalterischer Hinsicht deutlich zurückhaltender.

1959 leitete auch die Ernennung von Malcom MacEwen als *Chief Information Officer* gewissermaßen einen Wendepunkt im Umgang des RIBA mit Massenmedien ein.³⁷⁶ Wenngleich auch er keine Änderung des Berufskodexes gegen die Übermacht der Befürworter eines rigiden Werbeparagraphen durchsetzen konnte, so provozierte er doch eine anhaltende und intensive Debatte über die Unzweckmäßigkeit der Regelungen. Als studierter Jurist, erfahrener Journalist und überzeugter Marxist hatte es ihn erst Mitte der 1950er Jahre zum Architekturjournalismus verschlagen.³⁷⁷ Ende der 1950er Jahre war er dann auch für das RIBA beratend tätig und 1973 veröffentlichte er sein bereits erwähntes, vom RIBA finanziertes, Buch über die Krise des Architekten.³⁷⁸

MacEwen schlug 1961 vor, ein Buch über den Architektenberuf zu publizieren. Als Vorbild hatte er ein Werk des Verlagshauses „Hodder & Stoughton“ vor Augen, das vergleichbares für Rechtsanwälte herausgebracht hatte.³⁷⁹ Außerdem empfahl er, den Mitarbeiterstab des PRC zu vergrößern und das Budget zu erhöhen, um die Beziehung zwischen Architekten und Bevölkerung verbessern zu können. Seiner Ansicht nach sei bislang primär Architektur beworben worden. Stattdessen wolle das Komitee nun aber verstärkt als Sprachrohr für die Architektenschaft fungieren, indem es die Öffentlichkeit stärker an internen Diskussionen, Strategien und Berufspolitik des RIBA teilhaben lasse.³⁸⁰ Wie radikal neu diese Vorstellungen in seinen Augen waren verdeutlichen teils pathetische Textpassagen seines Berichts:

We are seeking, here, nothing less than a cultural revolution. An understanding of architecture is not regarded today as an essential part of an educated man's equipment. [...] Without ‚over-selling‘ the profession we aim to demolish false ideas about architecture and architects, show how much architecture has to contribute to the well-being of the nation and its people in every way, and explain the difficulties and limitations that affect the architects work. It remains true that the best public relations is good architecture [...]. But good

376 Mace 1986, S. 236.

377 MacEwen arbeitete sowohl für das *Architects' Journal* als auch für das *RIBA Journal*. Siehe: Chris Hall: Obituary: Malcolm MacEwen, in: Observer, 17.05.1996, <http://www.independent.co.uk/news/obituaries/obituary-malcolm-macewen-1347769.html> [Zugriff: 10.04.2015].

378 MacEwan, Malcolm: *Crisis in Architecture*, London 1974. Vgl. Kap. 1.1.

379 RIBA/PubRel/11.1.5, Report from the PRC, S. 4, PRC Meeting Agenda vom 15.6.1961.

380 Ebd.

work cannot be left to speak for itself, because the public does not always recognise good work when it sees it, and must be made aware of new possibilities before it can demand them. The time must come when the public looks to the architect as much as it does to the physicist, the chemist or the automobile engineer to shape a new and better world for him [Unterstreichungen sind der Quelle entnommen].³⁸¹

Um die Bevölkerung in diesem Sinne erreichen zu können, müsse der Weg über Massenmedien wie Zeitungen, Fernsehen und Radio gesucht werden. Zwar solle nicht auf Ausstellungen und Vorträge verzichtet werden, ihre Reichweite sei ohne Berichte in den genannten Medienformaten jedoch begrenzt.³⁸²

Bereits 1955 hatte sich das PRC des RIBA schon einmal mit der Möglichkeit beschäftigt, Werbeanzeigen für den Architektenberuf zu schalten. Die Mitglieder fürchteten jedoch öffentliche Kritik und kamen letztlich zu dem Schluss, das Geld könne besser investiert werden.³⁸³ Unter dem Einfluss von MacEwen diskutierte das PRC 1961 auch erstmals die Frage, ob es nicht besser sei, das angedachte PR-Programm von jemandem „outside the RIBA“ erarbeiten zu lassen.³⁸⁴ In der Folgezeit standen die Mitglieder zwar mit einzelnen PR-Agenturen in Kontakt, der *Architects Registration Board* konnte sich zu deren Beauftragung jedoch nicht durchringen.³⁸⁵ Umstimmen ließ sich der Rat auch nicht durch die Aussage der Agentur *Stuart Advertising Agency Ltd.*, die Architekturprofession sei „faced with a basic public relations question, of the image of the architect in the mind of the population.“³⁸⁶

Wenngleich das PRC in den folgenden Jahren intensiv über ein mögliches PR-Programm nachdachte und diskutierte, Konzepte dafür entwickelte und überarbeitete, so blieb die Ausbeute an konkreten Ergebnissen im Vergleich zu den US-amerikanischen Anstrengungen mager. Immerhin wurde das Budget des PRC 1962 vom RIBA von 3.500 £ auf 4.500 £ aufgestockt.³⁸⁷ Damit stand den US-amerikanischen Kollegen des AIA aber immer noch ein zwanzig mal höherer Betrag zur Verfügung.³⁸⁸ Das AIA beauftragte damit

381 Ebd., S. 2f.

382 Ebd., S. 3f.

383 RIBA/PubRel/11.1.5, PRC Meeting Agenda vom 24.07.1958, S. 5.

384 RIBA/PubRel/11.1.5, PRC Meeting Agenda vom 24.07.1958, S. 3.

385 RIBA/PubRel/11.1.5, PRC Meeting Agenda vom 10.5.1962, S. 3; PRC Meeting Agenda vom 4.10.1962, Anlage F.

386 RIBA/PubRel/11.1.5, Extract from letter from Mr. J. R. Brumwell, Stuart Advertising Agency Ltd. vom 01.06.1962, PRC Meeting Agenda vom 4.10.1961, Anlage F.

seit 1952 unter anderem auch eine professionelle PR-Agentur.³⁸⁹ Auf seinen Vorschlag, dies auch im RIBA zu tun, kam MacEwen in den 1960er Jahren mehrfach zurück.³⁹⁰ Eine Beauftragung externer Firmen lehnte das RIBA aber strikt ab. Nicht nur sei dies zu teuer, PR-Experten hätten auch keine Erfahrung in der Bewerbung einer Profession und verstünden ebenso wenig von Architektur.³⁹¹

„[A] ‚hard sell‘ of architecture or architects“³⁹² sollte vermieden werden – eine Formulierung, die verdeutlicht, dass das Tätigkeitsfeld der Öffentlichkeitsarbeit vom RIBA mit der Aggressivität von Werbestrategien gleichgesetzt wurde. Die Ratsmitglieder waren der Ansicht, „public relations work must be done by the architectural profession itself and not by paid consultants“.³⁹³ Bezüglich der Zusammenarbeit mit der Presse änderte sich diese Haltung Mitte der 1960er Jahre. Dafür spricht die 1965 neu geschaffene Stelle eines *Press Officer*.³⁹⁴ Als „PR coup of the year“³⁹⁵ betrachtete das RIBA 1982 eine Beilage über Architekten in der *Times*. Dort fand sich auch eine der wenigen Werbeanzeigen, die das RIBA schaltete.³⁹⁶ Aufgrund der Quellenlage sind über ihr Entstehungskontext nicht viele Informationen vorhanden, weshalb auf eine nähere Ausführung an dieser Stelle verzichtet wird. Im Vergleich zu ähnlichen Anstrengungen des AIA wurde eine intensive Pressearbeit und Werbetätigkeit vom RIBA jedenfalls erst vergleichsweise spät und zurückhaltend betrieben, wenngleich in qualitativer Hinsicht deutliche Parallelen erkennbar sind.³⁹⁷

387 RIBA/PubRel/11.1.5, The PRC and Department, September 1962, S. 1, PRC Meeting Agenda vom 4.10.1962, Anlage A. Der gleichen Betrag stand dem PRC auch 1965 zur Verfügung. Siehe: RIBA/PubRel/11.1.5, Public Relations Program of Work for 1965/66, p. 4, Anlage zu PRC Meeting Agenda vom 03.06.1965.

388 Dem PRC des AIA standen zum selben Zeitpunkt rund 280.000 \$, die damals etwa 100.000 £ entsprachen. Vgl. Kap. 5.6.3.

389 Vgl. Kap. 5.5.1.

390 RIBA/PubRel/11.1.5, PRC Meeting Agenda vom 10.05.1962, S. 4; PRC Meeting Agenda vom 14.06.1962, S. 5; PRC Meeting Agenda vom 28.10.1965, S. 1; PRC Meeting Agenda vom 01.09.1966 S. 2. Zum Teil wurde es auch von den Regionalverbänden angesprochen. Vgl. dazu: RIBA/PubRel/11.1.5, PRC Meeting Agenda vom 03.06.1965, S. 1.

391 RIBA/PubRel/11.1.5, PRC Meeting Agenda vom 01.09.1966, S. 2.

392 Ebd.

393 RIBA/PubRel/11.1.5, PRC Meeting Agenda vom 3.09.1965, S. 2.

394 Mace 1986, S. 236.

395 Trombley, Stephen: Me and My PR, in: RIBA Journal 89 (1982/1), S. 39.

396 New Slums for Old, in: The Times, 06.04.1970, S. 3; The End of the Road, in: The Times, 22.04.1970, S. 2; Think Before You Build, in: The Times, 10.12.1976, S. 14; Have You Ever Wished You Had Been Better Advised? It Pays to Use an Architect, in: The Times, 29.10.1981, Supplement, S. IV.

397 Vgl. Kap. 5.6.

3.6.2 Lockerung des Werbeverbots zugunsten der Öffentlichkeitsarbeit

Wie Chappell und Willis angeben wurde das Werbeverbot vom RIBA 1986 faktisch abgeschafft.³⁹⁸ Der Werbeparagraph wurde in diesem Jahr massiv gekürzt und lautete fortan folgendermaßen:

„A member may make his availability and experience known by any means provided that the information given is in substance and in presentation factual, relevant and – neither misleading nor unfair to others – nor otherwise discreditable to the profession.“³⁹⁹

Aufgeweicht worden war das Werbeverbot jedoch schon in den Jahren zuvor. Zur Datierung seiner Abschaffung könnten auch andere Zeitpunkte herangezogen werden. Letztlich ist die zeitliche Bestimmung abhängig davon, was als ‚Werbung‘ definiert wird. Werden darunter lediglich klassische Werbeformate wie Werbeanzeigen, Rundschreiben und Flugblätter verstanden, so waren diese tatsächlich erst 1986 erlaubt. Wird das Werbeverbot aber primär als Unterbindung von Öffentlichkeitsarbeit interpretiert, so ließe sich argumentieren, dass es seit den 1960er Jahren schrittweise gelockert und bereits 1978 vollständig abgeschafft wurde.⁴⁰⁰

Das „RIBA Handbook of Architectural Practice“, das Architekten allerlei praktische Tipps für alle Ebenen des Arbeitsalltags bereitstellte, umfasste seit 1963 eine Passage zur Öffentlichkeitsarbeit und empfahl Architekten darin, eine „conscious public relations policy“⁴⁰¹ zu entwickeln. Im Vergleich zum „Public Relations Handbook“ des AIA aus dem Jahr 1957⁴⁰² gab das Handbuch des RIBA seinen Lesern allerdings recht konservative Tipps: Es riet Architekten, eine „office personality“⁴⁰³ zu entwickeln, wozu verschiedene Aspekte sorgfältig zu bedenken und auszuwählen seien – wie die Lage des Büros, dessen äußeres Erscheinungsbild, die Wirkung des Eingangsbereichs und Büroschildes, der Inneneinrichtung und -dekoration und der aufgestellten Möbel. Vorteilhaft sei auch die Präsentation ausgesuchter Pläne, Modelle und Fotos als Werkschau in den Büroräumen. Als besonders wichtig wurde ein einheitliches Design für Briefköpfe und Planköpfe

398 Chappell, David /Willis, Christopher /Willis, Arthur.: The Architect in Practice, Oxford/Boston 1992, S. 395.

399 RIBA/72.08:174//ROY, RIBA Code of Professional Conduct, Abschnitt 3.6, 1986.

400 RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 3.6, 1978.

401 RIBA Handbook of Architectural Practice, London 1963, Abschnitt 2.540, S. 1.

402 Vgl. Kap. 5.5.1.

403 Ebd.

erachtet. Nicht zu vergessen sei außerdem die Art und Weise, wie Anrufe entgegen genommen würden. So solle ein Architekt stets Wert auf freundliches und effizientes Personal legen.⁴⁰⁴ Außerdem informierte das Handbuch über zeremonielle Bräuche und Traditionen bei Richtfesten oder Grundsteinlegungen und gab Anregungen, wie sich ein Architekt dabei gut in Szene setzen könne.⁴⁰⁵ Anders als beim AIA, das seinen Mitgliedern weitaus progressivere Tipps für die Öffentlichkeitsarbeit gab,⁴⁰⁶ fanden Massenmedien im RIBA noch bis in die späten 1970er Jahre keinerlei Erwähnung.

Eine Lockerung der Regelung zu PR-Tätigkeiten trat 1965 dennoch in Kraft, als Architekten erstmals das Lancieren von Zeitungsberichten zugestanden wurde, die bis dahin auf die sogenannte Fachpresse beschränkt waren.⁴⁰⁷ Zunächst blieb dies nur gestattet, sofern für einen solchen Beitrag in der ‚Laienpresse‘ nicht bezahlt wurde.⁴⁰⁸ Auf diese Einschränkung wurde ab 1984 gänzlich verzichtet.⁴⁰⁹ 1978 wurde außerdem erlaubt, einen professionellen PR-Berater zu engagieren, was ebenfalls als Lockerung des Werbeverbots verstanden werden kann.⁴¹⁰

Etwa zeitgleich lässt sich auch ein grundsätzlich offenerer Umgang mit der PR-Thematik ausmachen. Eindrücklich vermittelt wird dieser Wandel durch die Informationsbroschüre „Architects’ Guide to Marketing the Smaller Practice“, die 1979 von der *London Media Group of the RIBA* zusammengestellt wurde.⁴¹¹ Darin wurden zahlreiche praxisnahe und hilfreiche Ratschläge gegeben, um dem eigenen Schaffen die ersehnte Öffentlichkeit zu verschaffen: Architekten erfuhren darin, wie sie Pressekontakte herstellen konnten, welche Materialien sie für Architekturkorrespondenten bereithalten sollten, welche Informationen wichtig seien, um erfolgreich einen Bericht über die eigene Arbeit in der Tagespresse zu platzieren und wie sie diese Informationen am vorteilhaftesten aufzubereiten hätten. Die

404 Ebd., S. 2.

405 Ebd., S. 7.

406 Vgl. Kap. 5.5.1.

407 Ban on Architects Removed, in: RIBA Journal 72 (1965/1), S. 8.

408 „A member is permitted to: (a) send to the media articles and scripts about his own work or about architectural topics of general interest, and to allow his work to be displayed in exhibitions, provided that he gives no monetary consideration for publication or exhibition of his work.“ Siehe: RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 3.6.1(a), 1978.

409 „A member is permitted to [...] send to the media articles and scripts about his own work or about architectural topics of general interest, and pay for entries in the format of his choice in any directory and for the publication or exhibition of his work.“ Siehe: RIBA/72.08:174//ROY, RIBA Code of Professional Conduct, Abschnitt 3.6.1(a), 1984.

410 „A member may commission an external public relations consultant or similarly designated person to carry out all or any aspect of his public relations policy [...]“. Siehe: RIBA/72.08:174//ROY, RIBA Code of Professional Conduct, Abschnitt 3.6.2, 1978.

411 RIBA/72.08.658.84//ROY, London Media Group of the RIBA (Hrg.): An Architects’ Guide to Marketing the Smaller Practice, London 1979.

sechzehnseitige Broschüre beinhaltete exemplarische Zeitungsberichte über einzelne Bauprojekte inklusive der versendeten Pressemitteilungen, aus denen diese hervorgegangen waren. Es wurden auch Empfehlungen dazu gegeben, wie Architekturzeichnungen produziert werden sollten, um ihre Reproduzierbarkeit zu gewährleisten. Auch eine Liste relevanter Zeitschriften und Zeitungen samt Ansprechpartner wurde zur Verfügung gestellt.⁴¹² Damit gab das RIBA seinen Mitgliedern erstmals wirklich hilfreiches Material zur Hand, das wirkungsvolle Strategien aufzeigte, die im Einklang mit dem Berufskodex standen. Anstatt lediglich Verbote auszusprechen und Fallstricke aufzuzeigen, die das Selbstmarketing eines Architekturbüros aufgrund seiner schwierigen Vereinbarkeit mit dem Werbeverbot bereithielt, wurden nun positive Formulierungen gefunden und Möglichkeiten aufgezeigt. Durch die Integration mehrerer Comiczeichnungen gelang es den Autoren außerdem, der Thematik erstmalig mit britischem Humor auch eine unterhaltsame Seite abzugewinnen und den ernsthaften, tadelnden Ton des RIBA abzuschütteln, den es im Umgang mit Werbefragen so lange gepflegt hatte.

Wie viel Anklang das auf diese Weise vermittelte, selbstironische Bild des Architekten bei der älteren, auf Distinktion Wert legenden Architektengeneration fand, sei dahingestellt. Aus den Akten geht hervor, dass zu diesem Zeitpunkt noch ein Großteil der RIBA-Mitglieder strikt für die Beibehaltung des Werbeverbots votierte.⁴¹³ Ein Bericht des *Code Policy Committee* mutmaßte aber auch, dass sich diese Lage in naher Zukunft ändern werde und die Streichung des Werbeverbots „eventually be acceptable to the membership at large.“⁴¹⁴ Es ist anzunehmen, dass hier auf einen Generationswechsel angespielt wurde und die Autoren davon ausgingen, dass mit steigender Zahl jüngerer Mitglieder sich früher oder später auch eine Mehrheit zugunsten einer Abschaffung ergeben werde. Damit legen die Quellen nahe, dass die rigiden Regelungen der Werbetätigkeit früher oder später vermutlich auch ohne das Zutun der Kartellbehörde aufgegeben worden wäre. Die Verschärfungen der Richtlinien noch zu Beginn der 1970er Jahre lassen allerdings auch auf eine harte Front schließen, die den Erneuerern entgegentrat.

Letztlich entscheidend war dennoch der politische Druck. Das *Code Policy Committee* verwies 1979 auf die Tatsache, dass die *Monopolies and Mergers Commission* bereits die Werbeverbote anderer Professionen – namentlich Notare, Steuerberater, Börsenmakler und

412 Ebd., S. 11.

413 RIBA/PC/4.3.8, Code of Professional Conduct, Bericht des Code Policy Committee, Oktober 1979, Abschnitt 13, S. 3.

414 Ebd.

Tierärzte – als unzulässig erklärt habe. Angesichts dessen sei es wohl nur eine Frage der Zeit, wann auch das RIBA seines aufgeben müsse.⁴¹⁵ Auch hätten die Kollegen des *Royal Town Planning Institutes* bereits beschlossen, ihr Werbeverbot zu streichen. Aus den Vereinigten Staaten, wo das AIA auf Druck der *Federal Trade Commission* ein Jahr zuvor das Werbeverbot abgeschafft hatte, erreichte das RIBA außerdem die Meldung, dass dies „no harmful effect“ ausgelöst habe.⁴¹⁶ Aus all diesen Gründen empfahlen die Autoren, das Werbeverbot abzuschaffen oder zumindest zu lockern.⁴¹⁷ Noch immer lag die formale, alle Aspekte des Werbeverbots umfassende Abschaffung jedoch in weiter Ferne. Sie sollte erst sieben Jahre später erfolgen.

Im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit hatte mittlerweile jedoch ein Umdenken eingesetzt. Auf den Vorstoß der *London Media Group* folgten Artikel zur Öffentlichkeitsarbeit in der Architekturpresse. Insbesondere das *Architects' Journal* tat sich in dieser Hinsicht hervor und informierte Architekten über alle Ebenen medialer Vermarktung.⁴¹⁸ Die bis dahin vom RIBA sorgsam abgeschottete Welt der Massenmedien stand nun auch Architekten als Ort der Kommunikation und Selbstvermarktung offen. Besonders im direkten Vergleich zu den Aktivitäten des AIA im selben Zeitraum erscheint die Haltung des RIBA rückwärtsgewandt. Die US-amerikanischen Kollegen setzten seit den frühen 1950er Jahren alles daran, der Architektur und dem Architekten mehr Publizität in Tageszeitungen, Populärzeitschriften, Radio und Fernsehen zu verschaffen. Dagegen schottete das RIBA diese Formate bis in die 1960er Jahre hinein geradezu ab. Offenbar sollte der Architekturdiskurs gezielt als Expertendiskurs bewahrt und auf die Fachpresse beschränkt werden. Insbesondere Zeitungen waren dagegen als ‚Laienpresse‘ für die Publikationstätigkeit von Architekten tabu, wo ihnen noch in den späten 1970er Jahren nicht mal ohne Weiteres die Schaltung von Stellenanzeigen erlaubt war. Wie die folgenden Fallbeispiele zeigen werden, spielten aber gerade Tageszeitungen eine wichtige Rolle in gesellschaftlichen Debatten über Architektur.

415 Ebd., Abschnitt 14, S. 3.

416 Ebd., Abschnitt 15, S. 3.

417 Ebd., Abschnitt 17 und 18, S. 4.

418 Marketing: What it Should Mean for Architects, in: *Architects' Journal* 172 (1980), S. 545-548; Marketing 2: What You CAN Do, in: *Architects' Journal* 172 (1980), S. 639-644; Marketing 3: Presentation, in: *Architects' Journal* 172 (1980), S. 783-790; Hackney, Roderick P.: Using the Media, in: *Architects' Journal* 176 (1982/44), S. 89-90, (1982/45), S. 97-98, (1982/46), S. 91-92; Practice Promotion: Marketing, in: *Architects' Journal* 180 (1984/43), S. 87-88; Robinson, Paul: Architects in the Marketplace, in: *Architects' Journal* 182 (1985/43), S. 67-68; Robinson, Paul: The Architect as Businessman, in: *Architects' Journal* 182 (1985/44), S. 63-64, Robinson, Paul /Markham, Michael: The Public Relations Consultant, in: *Architects' Journal* 182 (1985/45), S. 79-80; Robinson, Paul /Malyan, John L.: Selling a Service, in: *Architects' Journal* 182 (1985/46), S. 79-80.

4 **Architektur in der Tagespresse** **am Beispiel des Barbican in London und der Boston City Hall**

Für die im Folgenden untersuchten Fallbeispiele – das Barbican in London und die Boston City Hall – werden Tageszeitungen als ein massenmediales Format herausgegriffen, das bislang noch nicht im Rahmen einer Mediengeschichte der Architektur untersucht wurde. Leserbriefe und Presseberichte stellen an dieser Stelle die wichtigsten Quellen dar. Um erfassen zu können, welchen Einfluss die Presse tatsächlich ausübte, werden sie den Akten der städtischen Behörden gegenübergestellt. Zwei Fallbeispiele reichen freilich nicht aus, um allgemeingültige Aussagen zu treffen oder gar eine länderspezifische Situation beschreiben zu können. Sie vermitteln dennoch eine Vorstellung davon, wie Architektur in diesem Medienformat behandelt wurde und welche Rolle Architekten dabei spielten.

Anhand der Entstehungsgeschichte des Barbican in London lässt sich deutlich vor Augen führen, welchen Einfluss Printmedien – als Quellen dienten vor allem Tageszeitungen und Architekturzeitschriften – auf einen Planungsdiskurs haben konnten. Dabei wurde die Tagespresse hier vor allem von privaten Akteuren als Plattform genutzt, um auf einen von Planungsbeamten und Kommunalpolitikern dominierten Entscheidungsprozess einzuwirken. Auffällig ist, dass die entwerfenden Architekten daran nur vermittelt teilnahmen, die von ihnen hergestellten Planzeichnungen und Architekturmodelle die Debatte jedoch maßgeblich prägten. Mit ihrer Hilfe wurden nicht nur Gestaltungsfragen diskutiert. In einem politisch motivierten Streit um die Planungshoheit wurden auch die Planungsmethoden unterschiedlicher Akteure gegeneinander abgewägt. Das Barbican illustriert daher die Wirkmacht, die Architekturzeichnungen und -modelle in Tageszeitungen und anderen Printmedien entfalten konnten.

In den darauffolgenden Ausführungen über die Boston City Hall wird diese ‚Macht der Bilder‘ ein weiteres Mal vor Augen geführt. Eine erfolgreiche Medienstrategie in der Tagespresse wurde dort jedoch von den städtischen Behörden selbst verfolgt. Hatten sich in der Londoner Lokalpresse vor allem Kritiker der städtischen Planungen hervorgetan, so wurde die mediale Aufmerksamkeit für das neu geplante Rathaus in Boston primär von der Lokalregierung selbst forciert. In den USA war aufgrund der erfolgreichen Lobbyarbeit des AIA ohnehin die Praxis weit verbreitet, öffentliche Aufträge nicht an Planungsabteilungen sondern an die Privatwirtschaft zu vergeben.⁴¹⁹ Das Fallbeispiel der Boston City Hall zeichnet daher auch ein gänzlich anderes Bild. Hier wurde kein

419 Vgl. Kap. 5.3.1.

„Bilderkrieg“ geführt, sondern vielmehr ein Medienspektakel inszeniert, das jedoch gleichermaßen als „Bildpolitik“ beschrieben werden kann.

In beiden Fällen werden vorrangig Abbildungen analysiert, die vor der Auftragsvergabe entstanden, die also den vorgelagerten Entscheidungsprozess prägten. Im Zentrum stehen dabei die Verbreitungswege der genannten Abbildungen und ihr strategisch wichtiger Veröffentlichungszeitpunkt. Auf der Präsentation der Bilder selbst wird an dieser Stelle deshalb auch verzichtet. Mit beiden Beispielen wird der Blick auf die Presse als Ort der Öffentlichkeit gelenkt, in denen Architekturzeichnungen als genuinen Produkten architektonischen Schaffens ein ganz eigener Wert zukam. Den diskutierten Abbildungen kam dabei weit mehr Funktion zu, als lediglich ein zukünftiges Gebäude zu repräsentieren. In London wurde der Entwurf von *Kadleigh, Whitfield & Horsbrugh* letztlich nie realisiert, war aber nachweislich enorm einflussreich für das gebaute Endergebnis. In Boston waren die Zeichnungen von *Kallmann, McKinnell & Knowles* definitiv erfolgreicher als ihr letztlich eröffneter Bau. Architekten kam also – so die zentrale These des folgenden Kapitels – primär die Rolle als Bildproduzenten zu, ohne die kein „War of the Barbican“⁴²⁰ hätte geführt und kein erfolgreiches Stadtmarketing hätte betrieben werden können.

420 Final Phase of the War of the Barbican, in: Manchester Guardian, 16.1.1956, S. 5.

4.1 Die *Times* als ‚Produktionsort‘ des Barbican in London , 1953-1957

Als Barbican wird ein Gebäudekomplex im Zentrum Londons bezeichnet, der sich wenige hundert Meter nördlich der St. Paul's Cathedral befindet und etwa 16 Hektar umfasst. Der Name verweist gleichermaßen auf das 1982 eröffnete Kulturzentrum Barbican Arts Center wie auch auf den umgebenden Wohnkomplex Barbican Estate, der in mehreren Bauabschnitten zwischen 1965 und 1976 entstand. In dreizehn 7-geschossigen Bauten und drei 42-geschossigen Hochhäusern befinden sich insgesamt 2.113 Wohneinheiten.⁴²¹ Zudem umfasst die Anlage die City of London School for Girls, die Guildhall School of Music and Drama und die mittelalterliche Kirche St. Giles. Namensgebend für das Barbican waren Reste der römischen Stadtbefestigung, die einen nicht mehr existierenden, gleichnamigen Wachturm umfasste. Im heutigen Zustand begrenzen die einzelnen Gebäudeteile einen vom Autoverkehr abgeschotteten Außenraum, in dessen Zentrum sich ein rechteckiges Wasserbecken befindet, das von gepflasterten Plätzen und Gärten umgeben ist. Dieser künstliche See wirkt zusammen mit einem erhöhten Fußgängerpodium, das als Hauptverkehrsweg durch das Areal führt, gewissermaßen als natürliche Grenze zwischen öffentlichen und privaten Aufenthaltsräumen und ermöglicht eine komplexe Abfolge von Plätzen und Privatgärten. Damit ergeben sich im Areal vielfältige Aufenthaltsbereiche unterschiedlichster Qualität, die allesamt gänzlich frei vom Verkehrslärm der Stadt bleiben.

Nicht nur aufgrund der Größe und einer eigenen U-Bahn-Station wirkt die Anlage wie ein eigenständiger Stadtteil. Zu dieser Wirkung trägt auch das umgesetzte Konzept der Funktionsmischung bei. Neben den bereits erwähnten Bildungseinrichtungen und der Kirche bietet das Kulturzentrum ein großes Freizeitangebot. Es umfasst ein Konzerthaus, einen Ausstellungsbereich, ein Theater, ein Kino und eine Bibliothek, ein Fitnessstudio, sowie mehrere gastronomische Angebote.

Eigentümer des Kulturzentrums ist die *Corporation of London* (COL). Die einzelnen Wohnungen sind größtenteils in Privatbesitz.⁴²² Als Verwaltungsbehörde des Londoner Stadtzentrums fungierte die COL auch als Bauherr und Auftraggeber der gesamten Anlage. Die Ausmaße des Barbican machen es zu „Britain's most dramatic high-rise council estate“.⁴²³ Entworfen wurde die gesamte Anlage von den Architekten *Chamberlin*,

421 Polinna, Cordelia: Towards a London Renaissance. Städtebaulicher Paradigmenwechsel in London. Projekte und Planwerke für den Umbau des Zentrums, Berlin, 2007, S. 349.

422 Ebd., S. 349.

423 Hebbert, Michael: London. More by Fortune than Design, Chichester 2001, S. 78.

Powell & Bon. Für dieses Architekturbüro entschied sich die COL jedoch erst nach einer langanhaltenden öffentlichen Debatte, die maßgeblich in der Tagespresse und insbesondere in der *Times* geführt wurde.

Der Fokus der folgenden Analyse liegt jedoch nicht auf dem letztlich realisierten Bau, sondern auf dem sogenannten Entwurf „New Barbican“. In Auftrag gegeben wurde dieser vom *New Barbican Committee* (NBC) – einer privaten Gruppe von Investoren und Immobilienfachleuten. Erarbeitet wurde er von den Architekten *Kadleigh, Whitfield & Horsbrugh*. Gegen den letztlich realisierten Bau konnte sich dieser Konkurrenzentwurf zwar nicht durchsetzen, er prägte jedoch das gebaute Ergebnis und die Debatten darum maßgeblich.

Anhand des sogenannten Holford/Holden-Plans wird im Folgenden zunächst die unklare Planungshoheit und das Fehlen eines Gesamtkonzepts für das Barbican-Gelände verdeutlicht. Gleichmaßen im Einzugsbereich der *Corporation of London (COL)* wie des *London County Council (LCC)* gelegen, prägte das Konkurrenzverhalten beider Behörden die Planungsdebatte. Die zu Beginn der 1950er Jahre vorhandenen Entwicklungspläne – der Greater London Plan von Abercrombie des LCC und der Holford/Holden-Plan der COL – zeichneten sich gleichermaßen durch eine Vernachlässigung des Barbican-Areals aus. Dies ermöglichte es dem NBC diese Leerstelle mit eigenen Ideen zu füllen und einen konkreten Vorschlag zu unterbreiten, um das Gelände als Investor selbst zu bebauen. Sie lösten durch dieses Vorgehen eine öffentliche Diskussion aus und zwangen LCC und COL in die Defensive. Um den ungebetenen Vorschlägen etwas entgegensetzen zu können, waren die Behörden zur Erarbeitung von Alternativvorschlägen genötigt.

Es folgten jeweils eigene Entwürfe von LCC und COL und mit dem Martin/Mealand-Plan ein vermeintlich gemeinsamer Vorschlag beider Behörden. Letzterer war jedoch mehr Wunschvorstellung des mächtigeren LCC, gegen den sich das COL letztlich erfolgreich behauptete, indem es in aller Heimlichkeit die freiberuflich tätigen Architekten *Chamberlin, Powell & Bon* engagierte, deren Entwurf letztlich umgesetzt werden sollte. Über Jahre wurde die Debatte darüber, was auf dem Barbican-Gelände gebaut werden sollte, durch diese unterschiedlichen Vorschläge angefeuert, ohne dass sich ein Endergebnis abzeichnete oder auch die politischen Motivationen hinter den Entwürfen für die Öffentlichkeit klar hervorgetreten wäre.

Deutlich wird bei der folgenden Analyse dieser medial geführten Debatte, dass die produzierten Architekturzeichnungen und -modelle Grundlage und Voraussetzung für diese planungspolitische Diskussion bildeten. Nicht nur als Illustration der

unterschiedlichen Ideen und damit zum Zweck der Verständlichkeit und Vermittelbarkeit waren sie von Bedeutung, sondern auch zur Generierung von Aufmerksamkeit und Provokation öffentlicher Diskussionen. Gerade auch der Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung stellte sich immer wieder als bedeutsam heraus, um die Debatte in eine bestimmte Richtung lenken und die Verhandlungsposition der unterschiedlichen Akteure stärken zu können. Die von Architekten produzierten Zeichnungen lieferten den Streitgegnern die nötigen Argumente, die im öffentlichen Raum der Printmedien überzeugten. Dabei stellten insbesondere die freiberuflichen Vertreter des Berufsstandes ihr Können als Entwerfer und ‚Bildproduzenten‘ unter Beweis.

4.1.1 Unklare Planungshoheit: *London County Council (LCC)* und *Corporation of London (COL)*

Vor dem Zweiten Weltkrieg hatte das Areal als Geschäfts- und Gewerbegebiet – vornehmlich der Textilindustrie – gedient und war von Bürobauten und Produktionsstätten geprägt.⁴²⁴ Durch deutsche Luftangriffe war es jedoch nahezu vollständig zerstört worden. Als die *Times* 1953 erstmals über die Zukunft des Areals spekulierte, waren große Teile Londons bereits wieder aufgebaut, nicht aber das Barbican-Gelände. Es stellte zu diesem Zeitpunkt die größte noch unbebaute Fläche dar, was dazu führte, dass die Tatenlosigkeit der städtischen und regionalen Planungsbehörden öffentlich kritisiert und auf eine Neubebauung gedrängt wurde.

Bis ins späte 19. Jahrhundert war London von einer kleinteiligen Verwaltungsstruktur und zahlreichen eigenständigen Planungsbehörden geprägt gewesen, was eine planvolle und umfassende Stadtentwicklung erschwerte. Das unregelte Baugeschehen war daher maßgeblich von wirtschaftlichen Interessen einzelner Investoren getrieben.⁴²⁵ Die kommunalen Verwaltungsgrenzen waren in der Mitte des 19. Jahrhunderts völlig unübersichtlich, wobei sich einzelne Behörden teilweise in ihren Kompetenzen überlagerten. Gerade angesichts des rapiden Wachstums der Einwohnerzahlen war das Chaos beachtlich.⁴²⁶ Typisch für London war ein „Neben- und Durcheinander von

424 Heathcote, David: *Barbican. Penthouse Over the City*, Chichester 2004, S. 52.

425 Els, Theresa /Zehner, Klaus: Londons Stadtplanung und Stadtpolitik im Wandel. Vom Metropolitan Board of Works zur Greater London Authority, in: *Forum Stadt* 42 (2015), Nr. 3, S. 195–214, S. 195f.

426 Schröter, Eckhard: *Londoner Metropolenverwaltung. Geschichte und Gegenwart*, in: Ders. /Wollmann, Hellmut /Röder, Manfred (Hgg.): *Moderne Verwaltung für moderne Metropolen: Berlin und London im Vergleich*, Opladen 2002, S. 19–37, S. 19.

Kommunalverwaltungen verschiedener Größe, unterschiedlichen Zweckverbänden und vielzähligen Sonderbehörden“.⁴²⁷

Mit der Gründung des LCC wurde 1888 erstmals eine übergreifende, für den gesamten Großraum Londons zuständige Kommunalverwaltung etabliert. Weiterhin blieben die sich überschneidenden Zuständigkeitsbereiche aber erhalten, da die COL als zuständige Instanz für das historische Zentrum der Stadt teilautonom blieb. Die COL konnte beispielsweise über die Genehmigung oder Ablehnung von Bauanträgen bestimmen. Die ungeklärte Planungshoheit und das daraus erwachsende konfliktreiche Verhältnis von LCC und COL prägte zu Beginn der 1950er Jahre auch den Planungsdiskurs zum Barbican in London. Dabei war das Gelände zunächst von beiden Seiten ignoriert worden. Die Prestigeträchtigkeit des Bauprojekts wurde dagegen erst von der privatwirtschaftlich organisierten Gruppe NBC erkannt und propagiert.

Die geringe Aufmerksamkeit für das Gelände war jedoch untypisch für die Stadtplanung Londons. Bereits während des Zweiten Weltkriegs waren verschiedene Stadtentwicklungspläne erstellt worden. Aus Sicht der Architektur- und Stadtplanung stellten die zerstörerischen Folgen der deutschen Luftangriffe auch eine Chance zur Modernisierung Londons dar, das im 19. Jahrhundert als Folge der Industrialisierung und Urbanisierung rapide und weitestgehend ungesteuert gewachsenen war.⁴²⁸ Noch während des Krieges wurden verschiedene Möglichkeiten des Wiederaufbaus und unterschiedliche Entwicklungspläne auf Konferenzen diskutiert und in Ausstellungen präsentiert. Im Vordergrund stand dabei die Optimierung der Wohn- und Verkehrssituation und als wichtigstes Planungsziel wurde eine Dezentralisierung postuliert.⁴²⁹ Einige dieser Planungen gingen auf Eigeninitiativen ohne Regierungsauftrag zurück. So präsentierte die *Royal Academy* 1942 einen von Edwin Lutyen erstellten Wiederaufbauplan, der sich am historischen London orientierte, das Straßennetz reformierte und nach dem Vorbild von Paris monumentale Plätze und Bauten vorsah.⁴³⁰ Dem stand der im selben Jahr veröffentlichte, aber weitaus radikalere Entwurf der *Modern Architectural Research (MARS) Group* entgegen, die für London eine modernistische Gestalt anstrebte und

427 Ebd., S. 20.

428 Hall, Peter: *Cities of Tomorrow. An Intellectual History of Urban Planning and Design Since 1880*, Malden ³2002, S. 20-24.

429 Lenger, Friedrich: *Metropolen der Moderne. Eine europäische Stadtgeschichte seit 1850*, München 2014, S. 424; Schott, Dieter: *London and its 'New Towns' and Randstad Holland: Metropolitan Planning on Both Sides of the Channel After 1945*, in: Friedrich Lenger/ Klaus Tenfelde (Hg.): *Die europäische Stadt im 20. Jahrhundert*, Köln 2006, S. 283-306.

430 Sonne, Wolfgang: *Urbanität und Dichte im Städtebau des 20. Jahrhunderts*, Berlin 2014, S. 260-263.

Großteile der Stadt mit einem völlig neuen, sich über vorhandene Straßen hinwegsetzenden Straßenraster überzog.⁴³¹ Die MARS Group repräsentierte Großbritannien innerhalb des *Congrès International d'Architecture Moderne* (CIAM) und präsentierte für London ein entsprechend radikales, utopisches Konzept.⁴³² Auf diese erarbeiteten Vorschläge freiberuflicher Architekten folgten wenige Jahre später planungsrechtlich bindende Entwicklungspläne der Behörden.

Zunächst legte der „County of London Plan“ von Sir Leslie Patrick Abercrombie die wichtigsten Rahmenbedingungen wie Straßenverlauf und Nutzung als Grünfläche, Industrie- oder Wohngebiet fest.⁴³³ Um ein größeres Planungsgebiet ergänzt und weiter spezifiziert wurden diese Festlegungen 1944 durch den „Greater London Plan“, der als regionaler Raumentwicklungsplan ebenfalls von Abercrombie erarbeitet wurde. Noch radikaler als die Vorgängerplanung verfolgte dieser das Planungsideal der Dezentralisierung in Form von New Towns.⁴³⁴ Beide Pläne maßen dem Barbican-Gelände keine große Bedeutung bei und machten kaum Vorgaben zu seiner Bebauung. Darüber hinaus wurde der Plan des LCC in der Praxis ohnehin nahezu ignoriert, denn die Planungsbehörden der einzelnen Stadtteile erstellten für ihren Einzugsbereich eigene Entwicklungspläne, die Ken Young als „the real instruments of planning“⁴³⁵ beschreibt.

Das Barbican-Areal befand sich im Verwaltungsbezirk der COL, maßgeblich war daher der ebenfalls 1944 erstellte „City Plan“ von J. F. Forty, der wiederum 1951 von Charles Holden und Patrick Holford überarbeitet worden war.⁴³⁶ Diese unterschiedlichen Pläne von LCC und COL standen nebeneinander und waren Ergebnis sich überschneidender Planungshoheiten. Seit dem Town and County Planning Act von 1947, mit dem erstmals ein Baugenehmigungsverfahren eingeführt wurde, war die Planungshoheit von der COL an den LCC übergegangen und letzterer damit formal für die Gesamtplanungen zuständig. Die Umsetzung wurde aber letztlich dennoch der COL überlassen, die relativ unabhängig vom LCC konkrete Bauprojekte im Zentrum vorantrieb.⁴³⁷ Laut Schubert waren die

431 Hall 2002, S. 234f; Gold, John R.: The MARS Plans for London 1933-1942: Plurality and Experimentation in the City Plans of the Early British Modern Movement, in: *The Town Planning Review* 66 (1995/3), S. 243-267.

432 Korn, Arthur /Fry, Maxwell /Sharp, Dennis: The M.A.R.S. Plan for London, in: *Perspecta* 13 (1971), S.163-173.

433 Hall 2002, S. 182-184; Schubert, Dirk: Stadterneuerung in London und Hamburg. Eine Stadtbaugeschichte zwischen Modernisierung und Disziplinierung, Braunschweig 1997, S. 361.

434 Ebd., S. 365f.

435 Young, Ken: London Government, 1920-1986: Ideal and Reality, in: *London Journal* 126 (2001/1), S. 57-68, S. 62.

436 Schubert 1997, S. 367.

437 Ebd., S. 368.

Zuständigkeiten damit in der Praxis getrennt, ohne dass der LCC der COL bei ihren Planungen für die Innenstadt reinredete. Einzige Ausnahme sei das Barbican-Areal gewesen, für das beide Stellen „kooperiert“⁴³⁸ hätten. Ein Blick hinter die Kulissen bzw. in die Sitzungsprotokolle von Stadtverwaltung und Planungsbehörden weist jedoch eher auf einen Konkurrenzkampf beider Behörden hin.

Beide zeichneten sich durch unterschiedliche Aufgabenbereiche und Planungsziele aus und unterhielten jeweils eigene Planungsabteilungen. Für den LCC war das *Town Planning Committee* (TPC) zuständig, für die COL wiederum das *Improvements and Town Planning Committee* (ITPC). Der LCC war seit den 1930ern von der Labour Party dominiert und verfolgte eine entsprechende Planungspolitik, indem er sich in Form suburbaner Gartenstädte primär dem Wohnungsbau für Mittelstand und Arbeiterklasse widmete. Nach Ende des Zweiten Weltkriegs wurde die Dezentralisierung in Form von New Towns weiter vorangetrieben. Damit sollte eine Reduzierung der Wohnbevölkerung erreicht werden, was als wichtigstes planungspolitisches Ziel auf dem Weg zu einer gesünderen Wohnsituation galt.⁴³⁹ Ein Jahr nach dem Wahlsieg von 1945 verabschiedete die Labour Party den New Towns Act und begann unverzüglich mit dem Bau solcher Planstädte, die zwar nicht in ihrer genossenschaftlichen Organisationsform, aber immerhin in formal-gestalterischer Hinsicht der Tradition der Gartenstadt folgten. Mit der Umsiedlung der Wohnbevölkerung sollte die Innenstadt Londons weiter entlastet werden. Neben diesen dezentralisierten Wohnsiedlungen favorisierte der LCC auf der anderen Seite hochverdichtete Wohnanlagen im Innenstadtbereich.⁴⁴⁰ In den oben erwähnten, im Auftrag des LCC erstellten Plänen von Abercrombie wurden außerdem „Comprehensive Development Areas“ definiert, denen im Stadtumbauprozess Priorität zugeschrieben wurde. Diese zeichneten sich allesamt dadurch aus, dass sie prestigeträchtige Bauprojekte ermöglichten, gleichzeitig aufgrund geringer notwendiger Investitionen und zu erwartender Kompensationsforderungen eine hohe Rendite in Aussicht stand, und aus politischer Sicht wenig Gegenwehr zu erwarten war.⁴⁴¹

438 Ebd., S. 367.

439 Lenger 2014, S. 425, 455.

440 Garside, Patricia L.: The Significance of Post-War London Reconstruction Plans for East End Industry, in: *Planning Perspectives* 12 (1997/1), S. 19–36, S. 22.

441 Ebd., S. 22. Zum Aspekt politischer Gegenwehr: Bei der Wahl eines Geländes im Osten Londons standen beispielsweise die Stadtteile Bethnal Green, Shoreditch und Stepney zur Auswahl, die zwar allesamt von Labour-Mehrheiten geprägt waren, aber ihre Unabhängigkeit unterschiedlich vehement verteidigten und ihr Mitspracherecht verschieden stark einforderten, weshalb die Wahl letztlich auf Stepney fiel, das ohnehin ähnliche Vorstellungen bezüglich des Bauvorhabens hatte als das LCC. Siehe: Ebd., S. 26.

War für den LCC der Wohnungsbau für die Mittel- und Arbeiterschicht zentraler Fokus, so setzte die COL in den 1950ern andere Prioritäten – vor allem auf die Entwicklung innerstädtischer Büroflächen. Erklärtes Ziel war es, den Bestand an Bürogebäuden im Zentrum der Stadt zu vergrößern, dessen Anzahl zwischen 1945 und 1966 um 82 % anstieg.⁴⁴² Der Genehmigungsprozess wurde durch den Entwicklungsplan von Holden und Holford vereinfacht, weil Bauträger größere Freiheiten in der Gestaltung ihrer geplanten Bauten erhielten und sich nicht strikt an den Vorkriegszustand halten mussten.⁴⁴³ Damit wurde Investoren und Unternehmern weiterhin relativ große Freiheit gewährt und die innerstädtische Entwicklung wurde ihnen zu einem nicht unerheblichen Teil überlassen. Den Planungen der COL warfen Kritiker vor, zu sehr der Gestalt und den Eigentumsverhältnissen vor dem Krieg verhaftet zu bleiben und ohne die Umsetzung von „Comprehensive Development Areas“, wie sie der LCC propagierte, auch keine Vision für eine umfassende Modernisierung präsentieren zu können.⁴⁴⁴ Noch Ende der 1940er Jahre wurden LCC und COL in der Öffentlichkeit gleichermaßen für den geringen künstlerischen Wert ihrer Planungen kritisiert. Als Reaktion darauf übertrug der LCC 1950 die Planungsverantwortung von seiner Ingenieursabteilung auf seine Architekturabteilung. Nicht nur sahen die Verantwortlichen dort die Experten für Gestaltungsfragen, die mehrheitlich jungen Mitarbeiter der Architekturabteilung versprachen außerdem eine zukunftssträchtige, innovative und moderne Architektur.⁴⁴⁵ Damit vollzog der LCC einen Imagewandel und distanzierte sich von konservativen Gestaltungsvorstellungen. Die COL wiederum konnte ihre „reputation for being old fashioned, even anachronistic“⁴⁴⁶ nicht abschütteln. Die Architekturpresse warf der Behörde vor, die Chance vertan zu haben, die sich durch die kriegsbedingten Zerstörungen ergeben hatten – ein Standpunkt, den auch Presse und Radio aufgegriffen.⁴⁴⁷

442 Young 2001, S. 62.

443 Bullock, Nicholas: Building the Post-War World. Modern Architecture and Reconstruction in Britain, London, 2002, S. 253.

444 Schubert 1997, S. 367.

445 Harnack, Maren: Rückkehr der Wohnmaschinen. Sozialer Wohnungsbau und Gentrifizierung in London, Bielefeld 2012, S. 29f.

446 Bullock 2002, S. 255. Allerdings gibt Bullock zu bedenken, dass die der COL zugeschriebenen Bauaktivitäten primär von Privatinvestoren getätigt wurden. Tatsächlich habe die COL sich bemüht, Innovationen zu fördern, beispielsweise indem sie einen Architektenwettbewerb für das Golden Lane Projekt auslobten.

447 Ebd.

4.1.2 Das „New Barbican“ in den Leserbriefen der *Times*

Die 1953 vom NBC in der *Times* vorgebrachte Kritik schlug in dieselbe Kerbe. Das NBC hatte sich kurz davor als Gruppe von Privatunternehmern und Investoren gegründet. Es argumentierte, die Behörden hätten auf dem Barbican-Gelände die Möglichkeit versäumt, sich mit einem innovativen städtebaulichen Beitrag internationale Aufmerksamkeit zu sichern.⁴⁴⁸ Nach meinem Dafürhalten war es eben diese in den Printmedien geäußerte Kritik und der ebenfalls dort propagierte Entwurf des NBC, der die Kommunalverwaltungen die Prestigeträchtigkeit des Projekts nicht nur erkennen ließ, sondern sie auch zur Änderung ihrer Planungspolitik zwang. Wie sehr das NBC das gebaute Endergebnis prägen sollte, obgleich es das Projekt nicht realisierte, soll im Folgenden anhand der in den Zeitungen geführten Debatten um das Barbican verdeutlicht werden.

Tatsächlich ist das Barbican-Projekt gewissermaßen ein Kind der Medien, denn die ersten Ideen zu diesem Bau tauchten – wenn auch noch in sehr abstrakter Weise und gänzlich ohne Bilder – in der Leserbriefe-Rubrik der *Times* auf – jener Zeitung, die Leserbriefe zu Beginn des 19. Jahrhunderts erstmals eingeführt hatte.⁴⁴⁹ Von Soziologen, Kommunikationswissenschaftlern und Medienhistorikern wird der britischen Presse jener Zeit eine besondere Freiheit und Objektivität zugeschrieben,⁴⁵⁰ sowie ihre Rolle als ‚Fourth Estate‘ im Prozess der Demokratisierung bescheinigt.⁴⁵¹ Insbesondere die *Times* habe die Macht besessen, „[to] make and unmake governments“.⁴⁵² Gerade die Rubrik der Leserbriefe sei eine Art „englische Volksvertretung mittels Druckerschwärze“⁴⁵³ gewesen. Leserbriefen wird in Großbritannien damit besondere Macht zugeschrieben, denn sie werden als „legitimer und wertvoller Teil der Lenkung der Aufmerksamkeit und des Meinungskampfes“⁴⁵⁴ betrachtet. Tatsächlich ist ein Einfluss auch auf Planungspolitik und -diskurs des Barbican in London nicht von der Hand zu weisen.

448 Anstey, Bryan: „High Barbican“. A New Town Town in the City of London? (Leserbrief), in: *The Times*, 04.07.1953, S. 7.

449 Böttcher, Johannes: *Der Leserbrief in der Presse der Bundesrepublik Deutschland*, Nürnberg 1961, S. 59f.

450 Tunstall, Jeremy: *The Media in Britain*, London 1983, S. 3.

451 Curran, James /Seaton, Jean: *Power Without Responsibility*, London/New York 1985, S. 7ff. Die Autoren verweisen in diesem Zusammenhang auf eine Mythenbildung bei dieser Einschätzung der britischen Presse und auf die Notwendigkeit einer kritischen Neuüberprüfung dieser Annahmen.

452 Cranfield, Geoffrey Alan: *The Press and Society*, New York 1978, S. 225.

453 Böttcher 1961, S. 61.

454 Scheuch, Ute: *Rückmeldungen im Kommunikationsprozess – dargestellt an der Hörerpost des Deutschlandfunks*, Köln 1988, S. 54.

Am 4. Juli 1953 wandte sich der Immobilienmakler Bryan Anstey, der damals selbst in der Nachbarschaft des heutigen Barbican wohnte, in Form eines solchen Leserbriefes an die Öffentlichkeit und verwies auf das bisher ungenutzte Potential der Innenstadtbrache.⁴⁵⁵ Nach Ansicht Ansteys bot sich hier eine letzte Chance, eine innovative städtebauliche und architektonische Vision umzusetzen. Er beklagte die städtische Planungspraxis an, die keinerlei Gesamtkonzept für das Gelände entwickelt habe. Ein solches Konzept lieferte er gleich selbst mit seinem Vorschlag, an dieser Stelle eine innerstädtische New Town zu verwirklichen.

Ihm schwebte ein nahezu eigenständiger Stadtteil vor, der alle Funktionen des täglichen Bedarfs, Arbeitsstätten und Wohnungen beinhalten solle. Die Vorteile einer solchen Bebauung sah er vor allem in finanzieller Hinsicht, denn die nötigen Infrastrukturen seien im Stadtzentrum bereits vorhanden und müssten nicht wie bei klassischen New Towns erst geschaffen werden. Ganz im Sinne eines Immobilienexperten argumentierend verwies er auch auf die ordentliche Rendite, mit der aufgrund der zentralen Lage gerechnet werden könne. Diese Gewinne versäume die Stadt nun schon seit zehn Jahren und er fragte sich, ob das Gelände ein „waste land within the City for another 10 years“⁴⁵⁶ bleiben solle. Aber auch das architektonische Potential betonte er: „If ever a new town were needed it is here, and what a glorious opportunity for architects!“⁴⁵⁷

Die von Anstey in der *Times* erstmals geäußerte Idee, eine New Town im Zentrum Londons, anstatt wie üblich in der Peripherie zu errichten, wurde auch von anderen Zeitungslesern aufgegriffen und kommentiert. Zunächst meldete sich der stellvertretende *London Transport Executive* in einem Leserbrief zu Wort. Er begrüßte Ansteys Vorschlag als Lösung für eine problematische Verkehrssituation, die aus gestiegenen Pendlerzahlen der neu entstandenen Vororte resultierte. Die räumliche Nähe von Wohn- und Arbeitsort, die Anstey mit seinen Ideen propagierte, hielt er aus ebendiesem Grund für durchaus bedenkenswert.⁴⁵⁸ Unterstützung bekam dieses Argument vom Herausgeber der Zeitschrift *Building Digest*, der allerdings auch zur Vorsicht vor allzu leichtfertigen Schlussfolgerungen mahnte und eine detaillierte, statistische Berechnung von Pendlerzahlen forderte.⁴⁵⁹ Es meldeten sich aber auch kritische Stimmen, die statt einer

455 Anstey, Bryan: High Barbican“. A New Town Town in the City of London? (Leserbrief), in: The Times, 04.07.1953, S. 7.

456 Ebd.

457 Ebd.

458 Cliff, John: High Barbican. London Transport's View (Leserbrief), in: The Times, 11.07.1953, S. 7.

459 Peppler, George L.: High Barbican (Leserbrief), in: The Times, 15.07.1953, S. 5.

dichten Wohnbebauung lieber Grünflächen sehen wollten⁴⁶⁰ oder Ansteys Einschätzung bezweifelten, das Errichten einer New Town im Zentrum sei günstiger als im Umland.⁴⁶¹ Anstey hielt die Debatte am Laufen, indem er mit einem weiteren Leserbrief auf seine Vorredner reagierte.⁴⁶² Insgesamt wurden in der *Times* immerhin sechs Leserbriefe zum Thema abgedruckt, womit sich im Juli 1953 eine erste, wenn auch kleine, öffentliche Debatte über das spätere Barbican entfaltete. Zunächst schien diese aber folgenlos zu bleiben und das Projekt wieder in Vergessenheit zu geraten. Wie sich noch zeigen sollte, war es Bryan Anstey allerdings durchaus ernst mit seiner Idee.

Im darauffolgenden Jahr gründete sich die Privatgesellschaft NBC, bestehend aus Planern, Sachverständigen und Finanzexperten. Die genauen Umstände dieses Zusammenschlusses können aus den zugänglichen Quellen nicht zweifelsfrei geklärt werden. Auch Bryan Anstey war Mitglied des NBC. Er gab später an, die Reaktion auf seine Leserbriefe sei gewaltig gewesen und Architekten, Bautechniker, Investoren und Bauunternehmer hätten der Sache so großes Interesse entgegengebracht, dass es zur Gründung des NBC gekommen sei.⁴⁶³ Als Vorsitzender des neu gegründeten Interessenverbands fungierte Sir Gerald Barry, Journalist und Vertreter einer modernistischen Architektur, der 1951 das Festival of Britain organisiert hatte.⁴⁶⁴

Ende Juli 1954 wurden die Architekten *Kadleigh, Whitfield & Horsbrugh* vom NBC beauftragt, einen Entwurf für das Barbican zu erarbeiten. Wiederum zwei Monate später wurde der Bauantrag samt Plänen und Baubeschreibung eingereicht.⁴⁶⁵ Zuvor hatten die Architekten schon Rücksprache mit Henry A. Mealand als Leiter des ITPC – also der Planungsbehörde der COL – gehalten,⁴⁶⁶ der das Projekt aber weitestgehend ignorierte und zunächst in keiner offiziellen Sitzung zur Sprache brachte. Gleichzeitig bemühten sich die Mitglieder des NBC, auch das öffentliche Interesse wiederzubeleben, und nutzten dazu

460 Whittick, Arnold: High Barbican (Leserbrief), in: *The Times*, 27.07.1953, S. 5.

461 Purdom, C. B.: High Barbican (Leserbrief), in: *The Times*, 16.07.1953, S. 7.

462 Anstey, Bryan: High Barbican“ (Leserbrief), in: *The Times*, 01.08.1953, S. 9.

463 CRC/GB 0237/PJM/LCC/E.1.2.1, Evidence of Bryan Anstey, S. 3f, ohne Datumsangabe, verfasst für die Anhörung vor dem Wohnungsministerium am 17.01.1956. Ansteys Aussagen zeichnen sich allerdings durch einige Widersprüche aus. Über seine Motive kann daher spekuliert werden. Vgl. dazu Kap. 4.1.6.

464 Oxford Dictionary of National Biography (ODNB): Barry, Sir Gerald Reid (1898–1968), <http://www.oxforddnb.com/view/10.1093/ref:odnb/9780198614128.001.0001/odnb-9780198614128-e-1004657?rskey=nshxl2&result=1> [Zugriff: 03.01.2018].

465 CRC/GB 0237.PJM/LCC/E.1.2.2, Architects' Preliminary Report on the New Barbican Project, 29.09.1954.

466 Ebd., S. 2; LMA/COL/CC/ITP/01/02/057, 478, Special Sub Improvements and Town Planning Committee, ITPC-Sitzungsprotokoll vom 15.09.1954.

erneut die Leserbrief-Rubrik der *Times*.⁴⁶⁷ In ihrer Zuschrift griffen sie die kommunale Planungspraxis diesmal noch deutlicher an, die sie als geradezu altertümlich diffamierten. So stimme das Stadtplanungsamt lediglich über einzelne, von Privatinvestoren eingereichte Bauanträge ab, ohne ein stimmiges Gesamtkonzept für das Barbican-Areal vor Augen zu haben. Ein Masterplan, der ein klares Planungsziel verfolge, fehle völlig. Die Bebauung werde damit schlichtweg einzelnen Investoren überlassen, ohne dass sich die Behörde selbst um eine Gesamterscheinung kümmere. Die Autoren waren der Ansicht, es käme einer Katastrophe gleich, werde das Barbican-Gelände weiterhin in dieser Methode des „piecemeal planning“ bebaut, die als Resultat letztlich nur ein „meaningless patchwork“ ergeben könne. Der Bebauungsvorschlag des NBC setze dagegen nicht auf getrennt voneinander entworfene Einzelbauten, sondern favorisiere ein „integrated large-scale treatment“, also eine einheitlich gestaltete Großform. Ausdrücklich verwiesen die Autoren auf die einzigartige Möglichkeit, damit an diesem Ort Stadtplanungsgeschichte zu schreiben und ein Zeichen zu setzen, das der Stadt London globale Aufmerksamkeit schenken könne:

„Nowhere else does there exist an equivalent opportunity for a powerful new approach to the problem of redevelopment of a central area in a great capital city in a manner which might well prove a prototype for the redevelopment of central urban areas all over the world. [...] Architecturally the possibilities are superb. Economically the integrated large-scale treatment has no rival.“⁴⁶⁸

Mit diesem Frontalangriff erreichten die Mitglieder des NBC, dass sich auch die *Times* für das Projekt zu interessieren begann und dem Leserbrief einen redaktionellen Beitrag über die Planung der Behörden zur Seite stellte.⁴⁶⁹ Ungeklärt bleibt an dieser Stelle, ob das NBC dabei weiteren Kontakt mit Zeitungsmitarbeitern unterhielt. Jedenfalls wurde der Vorschlag des NBC nun auch in der Öffentlichkeit erstmals genauer beschrieben. Nach dessen Vorstellung sollten mehrere, unter der Erdoberfläche liegende Stockwerke als Warenhäuser, Gewerbebetriebe und Parkhaus genutzt werden und die darüber liegenden Etagen eine abwechslungsreiche Funktionsmischung aus Wohnungen, Büros, Grünflächen, Schulen, Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten bieten. Darüber hinaus sollten die vorhandenen historischen Bauten erhalten bleiben. Zur äußeren Gestalt der Anlage

467 Barry, Gerald /Peat, C. U.: New Barbican (Leserbrief), in: The Times, 09.09.1954, S. 9.

468 Ebd., S. 9.

469 Rebuilding In The City, in: The Times, 09.09.1954, S. 5.

wurde lediglich angegeben, dass es sich um eine hufeisenförmige Grundstruktur handele. Der Korrespondent der *Times* unterstützte das Vorhaben des NBC, begrüßte die Aussicht auf innerstädtischen Wohnraum und bestätigte die Zukunftsträchtigkeit des Projekts:

„In making the City once more a residential area the architects would not only revive the period when business men lived over their premises, but by the boldness and imagination of their plan they would create a principle of urban development which would be well ahead of its time.“⁴⁷⁰

4.1.3 Konkurrierende Planungskonzepte in der Presse: „Piecemeal“ – „Comprehensive“ – „Large-Scale“

In den folgenden Tagen berichtete die Zeitung auch darüber, wie von offizieller Seite mit den Vorschlägen des NBC umgegangen wurde, und verfolgte Sitzungen des Stadtrats, die darüber abzustimmen hatten.⁴⁷¹ Mitte September 1954 fand auch eine Sitzung des ITPC statt. Die *Times* ließ ihre Leser dazu wissen, dass von COL und LCC unterschiedliche Planungsstrategien präferiert würden: während die COL weiterhin ihre Piecemeal-Praxis verteidige, werde von LCC und externen Beratern des *Common Council* ein „large-scale-project“⁴⁷² nach Vorbild des NBC-Vorschlags favorisiert. Mit dieser Darstellung kolportierte die Presse das Bild einer altertümlichen und rückwärtsgewandten städtischen Planungsabteilung im Kontrast zu modernen und innovativen Experten, deren Empfehlungen sich der LCC anschließe.

Die Darstellung des LCC als wichtiger Initiator einer veränderten Planungspraxis und Unterstützer einer Großstruktur prägt bis heute das Narrativ über die Entstehung des Barbican,⁴⁷³ greift nach meiner Ansicht aber zu kurz. Insbesondere wird dabei der Einfluss des NBC vernachlässigt. Autoren wie Tsubaki und Heathcote erwähnen deren Beitrag zwar, schreiben aber anderen Akteuren – dem LCC, der COL, den Architekten *Chamberlin, Powell & Bon* sowie dem Town Clerk⁴⁷⁴ Edward Henry Nichols – größeren Einfluss zu. Dass dabei die Bedeutung des NBC, wie auch die von ihm vereinnahmte

470 Ebd., S. 5.

471 New Barbican Scheme. Corporation Committee Discuss Proposal, in: *The Times*, 16.09.1954, S. 3; New Barbican Scheme. Further Discussions by Common Council Likely, in: *The Times*, 17.09.1954, S. 8; City Corporation's Attitude, in: *The Times*, 24.09.1954, S. 4.

472 New Barbican Scheme. Corporation Committee Discuss Proposal, in: *The Times*, 16.09.1954, S. 3.

473 Tsubaki, Tatsuya: „Model for a Short-Lived Future“? Early Tribulations of the Barbican Redevelopment in the City of London, 1940–1982, in: *Planning Perspectives* 27 (2012/4), S. 525–548; Heathcote, David: *Barbican. Penthouse over the City*, Chichester 2004.

474 Die Funktion des Londoner Town Clerks entspricht der eines Stadtschreibers und Justiziers.

Presse, verkannt wird, zeigt sich am deutlichsten bei Tsubaki. So identifiziert sie den LCC als Urheber von Ideen, die eindeutig dem NBC zugeschrieben werden müssen, da sie vom LCC lediglich aufgegriffen wurden.⁴⁷⁵ Weder die Integration innerstädtischen Wohnraums noch die einheitliche Gestaltung des Areals als Großform oder die Trennung von Auto- und Fußgängerverkehr wurden vom LCC in die Diskussion eingebracht.

Insbesondere die negative Beurteilung des „piecemeal planning“ der COL schreibt Tsubaki dem LCC zu. In ihrer Argumentation verweist sie dabei auf eine Sitzung der LCC-Planungsabteilung TPC im Oktober 1954. Auf dieser Sitzung forderte der LCC die COL auf, von ihrer gängigen Planungsstrategie abzuweichen.⁴⁷⁶ Zu diesem Zeitpunkt war dieselbe Kritik bereits im erwähnten Leserbrief des NBC formuliert und von der *Times* aufgegriffen worden. Der LCC hatte die Piecemeal-Strategie bis dahin nie in Frage gestellt, weshalb anzunehmen ist, dass sich der LCC lediglich der öffentlichen Meinung anschloss. Wie ich noch zeigen werde, unterschieden sich die Planungsvorstellungen von LCC und NBC trotz dieser vordergründigen Begriffsanleihen ohnehin fundamental.⁴⁷⁷

Dass die Urheberschaft dieser Kritik beim NBC liegt, ist aber nicht alleine durch die Wortwahl belegt. Wie einflussreich das Medieninteresse auf die Planungspolitik war, wird an einer viel früheren Sitzung des ITPC am 15. September 1954 deutlich.⁴⁷⁸ Schon damals wurde eine vom LCC vorgeschlagene „modification of the Corporation [of London]’s present policy“ diskutiert. Dass dies zweifelsfrei als Reaktion auf den eine Woche zuvor erfolgten Vorstoß des NBC geschah, verdeutlicht der in den Sitzungsprotokollen dokumentierte explizite Verweis des Town Clerk auf den zitierten Leserbrief der NBC-Mitglieder Barry und Peat am 9. September 1954.⁴⁷⁹ Ein weiteres Mitglied der COL sprach außerdem eine Zeitungsmeldung desselben Tages an: „The Times this morning had said that something bold should be done about this area“⁴⁸⁰, womit er sich höchstwahrscheinlich auf den Artikel „A Chance for Boldness“⁴⁸¹ bezog.

Das Sitzungsprotokoll verdeutlicht außerdem, wie unvorbereitet das ITPC als Planungsabteilung der COL von der scheinbar plötzlich geforderten Änderung seiner

475 Vgl.: Tsubaki 2012, S. 527ff.

476 LMA/LCC/MIN11/219, S. 733, City of London Comprehensive Development Area - Layout to north of Route 11, TPC-Sitzungsprotokoll vom 11.10.1954.

477 Vgl. Kap. 4.1.5.

478 LMA/COL/CC/ITP/01/02/057, S. 476, ITPC-Sitzungsprotokoll vom 15.09.1954.

479 LMA/COL/CC/ITP/02/031, Memorandum from the Town Clerk, S. 2, Tagungsordnung und Zusammenfassungen der einzelnen Themenpunkte von Anthony Frederick Ingham Pickford für die ITPC-Sitzung am 15.09.1954.

480 LMA/COL/CC/ITP/02/031, Memorandum of Meeting of the Special Sub Improvements and Town Planning Committee, Mitschrift der Diskussion in der ITPC-Sitzung am 15.09.1954, S. 1.

Planungsmethoden getroffen wurde, die bis dato nie diskutiert worden waren. Die nun von LCC und Planungsexperten geäußerte Kritik kam dementsprechend „as something of a shock“ und schien darüber hinaus auch „late in the day“ geäußert worden zu sein.⁴⁸² Immerhin verhandelte das ITPC mit verschiedenen Privatinvestoren schon seit längerem zwei Einzelprojekte innerhalb des besagten Areals,⁴⁸³ die so gut wie genehmigt waren. Ein Gesamtentwurf im Sinne des NBC-Vorschlags, der nun auch dem LCC vorschwebte, wäre durch das Festhalten an diesen Einzelgenehmigungen nicht mehr möglich gewesen. Die COL war daher geneigt, den angestoßenen Prozess wie gehabt weiterzuführen. Was beim ITPC auf besondere Ablehnung stieß, war der nun auch vom LCC unterstützte Vorschlag des NBC, die Stadt solle alle Teilgrundstücke des Areals aufkaufen. Zwar befand sich der Großteil der Fläche bereits in städtischem Eigentum, einzelne Baugrundstücke waren jedoch nach wie vor in privater Hand. Gerade diese Strategie des Landankaufs wurde aber wiederum vom LCC begrüßt, der sich nun vehement dafür einsetzte, einen „comprehensive plan“ zu erstellen.⁴⁸⁴

Die öffentliche Debatte über das NBC-Projekt in der Presse befasste sich zunächst mit einzelnen Details. So wurden die vorgesehenen unterirdischen Räume ohne Tageslicht bemängelt, die Bereitstellung innerstädtischer Wohnräume wiederum befürwortet, und über den Umgang mit den wenigen erhaltenen Baudenkmälern auf dem Gelände des Barbican diskutiert. Einerseits befeuerte die *Times* die Auseinandersetzung mit dem Projekt durch redaktionelle Beiträge,⁴⁸⁵ andererseits meldeten sich in den Leserbriefen

481 A Chance for Boldness, in: *The Times*, 15.09.1954, S. 9. In diesem Artikel wurde nicht nur die Innovationskraft des NBC-Entwurfs, sondern auch die Rückständigkeit der Behörden betont: „It is true that the City has a plan [...] But theirs are *ad hoc* proceedings, determined by short-term demands and possibilities. What seems to have been lost is the bold, imaginative view that looks beyond the short-term programme and, on a basis of first principles, preserves unclouded the vision of the City as it might be. An example of such imaginative thinking can be seen in the scheme, of which a preliminary account was given in *The Times* last week, [...]. Known as New Barbican, [...]. It is too early yet to assess its merits, but it has the required quality of boldness (without being merely fanciful) and is none the worse for including unorthodox ideas, such as the provision of warehouse accommodation in layers of basements and residential accommodation on the upper storeys of office blocks – a proposal, it may be noted which received the explicit approval of London Transport [...]“

482 LMA/COL/CC/ITP/02/031, Mitschrift der Diskussion in der ITPC-Sitzung am 15.09.1954, S. 1.

483 LMA/COL/CC/ITP/01/02/057, S. 477, Independent Proposals for Redevelopment in the ‚Cripplegate Section‘, ITPC-Sitzungsprotokoll vom 15.09.1954.

484 LMA/COL/CC/ITP/01/02/057, S. 476, The Views of the London County Council, ITPC-Sitzungsprotokoll vom 15.09.1954.

485 Difficulties of New Barbican Scheme, in: *The Times*, 03.12.1954, S. 10; New Barbican Project to Continue, in: *The Times*, 11.03.1955, S. 6; Barbican Scheme Progressing, in: *The Times*, 03.12.1954, S. 5; Committee Member on Zoning „Paneca“, in: *The Times*, 03.05.1955, S. 6.

immer wieder Vertreter des NBC⁴⁸⁶ wie auch der städtischen Behörden⁴⁸⁷ zu Wort. Von den Vor- und Nachteilen einzelner Aspekte des vorgelegten Entwurfes ging die Presse dann aber in eine Diskussion über Planungsmethoden über. Erwähnt wurden dabei immer wieder drei Strategien: „Piecemeal“- , „Comprehensive“- und „Large-Scale“-Planning. Dabei waren die unterschiedlichen Begrifflichkeiten nur bedingt voneinander abgrenzbar. Diskreditiert und inakzeptabel schien die „Piecemeal“-Strategie, die der COL vorgeworfen wurde. Der Begriff verwies im Grunde auf das völlige Fehlen jeglicher Planungsvorstellungen, die über die Auszeichnung einzelner Flächen für bestimmte Nutzungen hinausging. Das NBC forderte ein „Large-Scale“-Projekt, das die Überbauung des gesamten Areals mit einer einheitlichen, identitätsstiftenden Baustruktur versehen sollte und legte mit seinem Bauantrag auch einen entsprechenden Entwurf vor. Damit kündigte sich bereits die Planungspraxis der 1970er Jahre an, in der „Megastructures“ die Architekturpraxis prägen und in der Öffentlichkeit so unbeliebt werden sollten.⁴⁸⁸ Der LCC schlug sich dabei auf die Seite der Kritiker der COL und forderte eine „Comprehensive“-Planung in Anlehnung an die im Abercrombie-Plan designierten „comprehensive development areas“.

Undurchschaubar wurde die Angelegenheit, als auch das NBC diesen Wortlaut übernahm, damit aber etwas völlig anderes meinte. Da das Areal von LCC und COL bis zum Vorpreschen des NBC gar nicht beachtet worden war, hatten beide Behörden dem Vorschlag des NBC zunächst nichts Konkretes entgegenzusetzen und die Debatte erschöpfte sich in Worthülsen. Was die verbal verteidigten, unterschiedlichen Planungsansätze genau auszeichnete, wurde letztlich erst zu dem Zeitpunkt klar, als beide Behörden ihre Gegenvorschläge der Öffentlichkeit präsentierten. So offenbarte erst die im folgenden Kapitel thematisierte Veröffentlichung in der Architekturzeitschrift *Architects' Journal* im April 1955, dass der LCC keineswegs so innovativ plante, wie er sich in der Presse generierte. Solange keine Illustrationen in Form von Architekturzeichnungen oder ähnlichem vorlagen und lediglich mit Worten und Absichtserklärungen diskutiert wurde, war dies jedoch nur bedingt auszumachen.

486 Cliff, John (London Transport Executive): New Barbican (Leserbrief), in: The Times, 07.01.1955, S. 9; Glenny, Charles F. (ITPC): New Barbican (Leserbrief), in: The Times, 01.11.1955, S. 9.

487 Barry, Gerald (NBC): New Barbican (Leserbrief), in: The Times, 12.03.1955, S. 7; Kadleigh, Sergei (NBC): New Barbican (Leserbrief), in: The Times, 04.07.1955, S. 11.

488 Vgl.: Banham, Reyner: *Megastructure - Urban Futures of the Recent Past*, London 1976; Duesberg, Christoph: *Megastrukturen: Architekturutopien zwischen 1955 und 1975*, Berlin 2013.

4.1.4 Einfluss der Presse auf die Planungsbehörden

In der erwähnten ITPC-Sitzung vom 15. September 1954 wurde auch ein Memorandum des externen Planungsberaters Sir William Holford diskutiert. In diesem hatte er bereits Monate zuvor „important questions of policy“ aufgeworfen, die zunächst ignoriert worden waren. Diese entwickelten nun aber „far-reaching significance“, denn „a number of other matters have arisen“.⁴⁸⁹ Zweifellos war damit das Medieninteresse am New Barbican in der Woche zuvor gemeint. In seinen Ausführungen hatte Holford diverse Gründe dafür genannt, die aktuellen Planungsmethoden zu überdenken. Am Rande erwähnte er dabei auch die schon früher in der Presse geäußerte Kritik an den unbefriedigenden Ergebnissen des Wiederaufbaus, durch die er sein eigenes Anliegen unterstützt sah:

„The City has not yet set an example by erecting an absolutely first-class contemporary building. Most important of all the public and the critics can see few visible promises of block redevelopment in the form of models or drawings, which would reassure them that significant progress is being made and that something co-ordinated is going to result.“⁴⁹⁰

Vor diesem Hintergrund stellte das Barbican-Gelände, ganz wie das NBC es erkannt hatte, eine hervorragende Möglichkeit dar, ein positives Zeichen zu setzen und die Öffentlichkeit von der Innovationskraft und Kreativität der städtischen Planungstätigkeit zu überzeugen. Der Entwurf des NBC schien auf mehreren Ebenen den Nerv der Zeit zu treffen und verschiedene Aspekte aufzugreifen, die in der aktuellen öffentlichen Debatte bereits zur Sprache gekommen waren. Wenn auch lange noch kein deutliches Bild vor Augen stand, wie das Barbican-Areal in zehn Jahren aussehen werde, so erschien die Notwendigkeit einer umfassenden Planungsleistung immer unausweichlicher. Auch die *Times* vertrat im Januar 1955 die Ansicht, es brauche ein „city design on a substantial scale“, allerdings tue dabei „the City of London [...] little to assist“.⁴⁹¹

Damit hatte das NBC eine Debatte über Planungsmethoden entfacht, die sich zwischen zurückhaltenden Vorgaben von Flächennutzungen auf der einen Seite und umfassender Gesamtplanung einer Großstruktur auf der anderen Seite bewegte. LCC und COL begannen nun, sich in Planungssitzungen mit dem Areal auseinanderzusetzen. Dabei lag es

489 LMA/COL/CC/ITP/01/02/057, S. 476, ITPC-Sitzungsprotokoll vom 15.09.1954.

490 LMA/COL/CC/ITP/02/031, Re-Development in the City, S. 2, Memorandum von William Holford vom 09.07.1954.

491 Before It Is Too Late, in: The Times, 15.01.1954, S. 9.

im Interesse beider Behörden, den NBC-Vorschlag möglichst lange unter Verschluss zu halten, um Zeit für eine eigene Ausarbeitung zu gewinnen. Auch wenn sich in den Akten von Stadtverwaltung und Planungsgremien kein ausdrücklicher Vermerk findet, dass dies eine gezielte Taktik darstellte, so liegt diese Vermutung doch zumindest nahe. Ebenso kann angenommen werden, dass die Genehmigung des eingereichten NBC-Projekts nie ernsthaft in Erwägung gezogen wurde. Stattdessen fingen die Planungsabteilungen nun an, eigene Vorschläge für die Bebauung des Gebiets zu erarbeiten. Die Pläne des eingereichten Bauantrags wurden auch nicht auf die Agenda der Stadtratssitzungen gesetzt. Damit wurden auch in der Öffentlichkeit zunächst keine Zeichnungen bekannt, anhand derer sich die Bürgerschaft Londons ein Urteil hätte bilden können. Die mediale Aufmerksamkeit war wohl aber so groß, dass auch das Interesse des *Common Council* geweckt war. Dessen Mitglieder fragten auf einer Sitzung am 23. September 1954 ungeduldig beim ITPC nach, wann „this remarkable scheme“ des NBC denn endlich in Augenschein genommen werden könne.⁴⁹²

Der Druck auf die Behörden, in der Angelegenheit zu handeln, erhöhte sich, als im Oktober 1954 der Entwurf des NBC in den Architekturzeitschriften gewissermaßen ‚geleakt‘ wurde. Daraus entwickelte sich ein Expertendiskurs, der den Vorschlag als innovativ und richtungsweisend lobte und die Planungsbehörden gehörig unter Druck setzte. Offenkundig hatte das NBC selbst diese Veröffentlichung lanciert: In der zweiten Oktoberwoche erschien das Projekt in vier unterschiedlichen, in London ansässigen Architekturzeitschriften und alle bedienten sich bei der Beschreibung des Projekts nahezu desselben Wortlauts.⁴⁹³ Es ist daher anzunehmen, dass die Mitglieder des NBC den Redakteuren der Zeitschriften einen kompletten Plansatz samt kommentierter Beschreibungen zukommen ließen. Die mitgelieferten Texte wurden von den Redaktionen nur geringfügig gekürzt, verändert und ergänzt.

Alle Abbildungen hatten den Charakter technischer Zeichnungen, auf eine künstlerische Ausarbeitung wurde weitestgehend verzichtet. Angesichts der Tatsache, dass das NBC diese Arbeiten ohne sichere Aussicht auf finanzielle Entschädigung ausführte, verwundert dies auch nicht. Der Verzicht auf z.B. farbliche Ausgestaltung, Schatten oder auch die

492 City Corporation's Attitude, in: *The Times*, 24.09.1954, S. 4.

493 New Barbican, in: *Architects' Journal* 120 (1954), 14.10.1954, S. 457-466; Outline Proposals for New Barbican, in: *The Architect and Building News* 206 (1954), 14.10.1954, S. 448-435; New Barbican, in: *Architectural Review* 116 (1954/12), S. 403-404; New Barbican Project for the City of London, in: *The Builder* 29 (1954), 15.10.1954, S. 622. Selbst in den Niederlanden tauchte das Projekt zeitgleich in der Architekturpresse auf: *Uit ander mans en eigen koker. Stedebouw op meervoudig niveau*, in: *Bouw* 9 (1954), 18.12.1954, S. 1028-1030.

Darstellung der umgebenden Bebauung kann daher auf Gründe der Zeitersparnis zurückgeführt werden. Möglicherweise nutzten die Architekten auch bewusst Darstellungstechniken, die sich leicht reproduzieren ließen. Diese graphische Reduktion auf das Wesentliche ließ die eigentliche Gestalt sehr offen. Die konkret getroffenen gestalterischen Entscheidungen beschränkten sich auf Straßenführung, Gebäudeform und -höhen. Die Wahl für ein Hexagon als Grundlage für die Grundfläche der Einzelbauten resultierte offenbar aus den baulichen Gegebenheiten: die bestehende Straßenführung westlich und südlich des Areals und die quer dazu stehenden Kirche St. Giles, bzw. die daraus abgeleiteten Achsen schienen auf vermeintlich natürliche Weise die prinzipielle äußere Form der Bauten zu ergeben und Respekt gegenüber dem baukulturellen Erbe zu vermitteln.

Anfang Dezember wurde das Projekt dann schließlich auch im Stadtrat besprochen. Aus dem Sitzungsprotokoll wird eindeutig ersichtlich, dass sich die betreffenden Beamten auch durch die umfangreiche mediale Aufmerksamkeit zum Handeln aufgefordert sahen:

„The [...] proposals [...] put forward by [...] the ‚New Barbican Committee‘ [...] have received considerable publicity in both the National Press and the Technical Journals. Accordingly, we have felt that it would be the wish of your Honourable Court [of Common Council] that we should, as speedily as possible, present an interim report of certain conclusions we have formed in relation to this project.“⁴⁹⁴

Eine endgültige Entscheidung, ob einer Baugenehmigung zugestimmt werden solle, wurde weiterhin vertagt.⁴⁹⁵ Als Antragsteller wurde das NBC vertröstet und bekam die Rückmeldung, dass eine Genehmigung erst nach Vorlage eines „Industrial Development Certificate“ des *Board of Trade* ernsthaft in Erwägung gezogen werden könne.⁴⁹⁶ Das NBC schöpfte daraufhin Hoffnung auf einen positiven Bescheid und kümmerte sich in den Folgemonaten darum, diese Bescheinigung zu organisieren. Retrospektiv betrachtet zeichnete sich zu diesem Zeitpunkt aber bereits ab, dass die Beamten nicht gewillt waren, diese Chance an eine Privatgesellschaft abzugeben. Durch das hervorgerufene Medieninteresse hatten mittlerweile auch sie das Potential der riesigen Brachfläche und

494 LMA/COL/CC/ITP/02/032, Report of the Improvements and Town Planning Committee to the Court of Common Council, S. 1, Bericht für eine Sitzung des Court of Common Council am 02.12.1954.

495 LMA/COL/CC/04/03/42, S. 439, Sitzungsprotokoll des Court of Common Council vom 02.12.1954.

496 Ebd. Ob die Vorlage eines solchen Zertifikats übliche Praxis oder vielmehr eine weitere Verzögerungstaktik darstellte, kann an dieser Stelle nicht eindeutig geklärt werden.

die Tragweite eines derartigen Großprojekts erkannt. Auch wenn in der Presse eine generelle Offenheit bezüglich des Ausgangs suggeriert wurde, so war hinter den Kulissen bereits zu diesem Zeitpunkt absehbar, dass es auf eine eigene Projektentwicklung der Behörden hinauslaufen würde. Von Seiten der Stadt handelte es sich im Grunde um eine Hinhaltetaktik, die der eigenen Planungsabteilung Zeit gab, Alternativen zu entwickeln.

Mittlerweile hatte sich auch die *Royal Fine Arts Commission* (RFAC) eingeschaltet und setzte sich ebenfalls für eine Gesamtplanung ein. Sie empfahl den Behörden, zunächst alle Baugenehmigungsverfahren für Teilstücke des Areals zu stoppen.⁴⁹⁷ Auch wünschte die Kommission, die Alternativplanungen der COL und des LCC zu sehen, um sie mit dem NBC Entwurf vergleichen zu können. Zumindest die COL hatte zu diesem Zeitpunkt aber noch gar keinen Vorschlag vorzuweisen.⁴⁹⁸ Die beiden konkurrierenden Behörden beschäftigten sich in der Folgezeit zunächst unabhängig voneinander mit jeweils eigenen Planungen. Die RFAC hatte aber beiden nahegelegt, eine Zusammenarbeit anzustrengen.⁴⁹⁹ Dies resultierte später im Martin/Mealand-Plan, der zwar als Gemeinschaftsarbeit präsentiert, vom COL jedoch als LCC-Entwurf betrachtet wurde.⁵⁰⁰ Die Tatsache, dass nun auch die RFAC eine Gesamtplanung forderte, obgleich sie sich bislang überhaupt nicht mit dem Gelände beschäftigt hatte, lässt darauf schließen, dass auch sie von den Pressemeldungen beeinflusst war.

Auf Seiten der Behörden erhöhte sich aufgrund des medialen Interesses der Druck, zum eingereichten Vorschlag Stellung zu nehmen. Um eine Ablehnung des in den Medien von verschiedenen Seiten bereits hochgelobten Entwurfs begründen zu können, mussten schnellstmöglich Alternativvorschläge entwickelt werden. Nach vier Monaten konnten die Ergebnisse beider Planungen der Öffentlichkeit vorgestellt werden. Im April 1955 stellte das *Architects' Journal* alle drei Planungen in Form von Modellfotos einander gegenüber.⁵⁰¹ Überzeugen konnten aber nicht LCC oder COL, sondern das NBC. Letztere hatte mittlerweile auch ein Acrylglas-Modell erstellt, was die Modernität des Entwurfs noch unterstrich und gleichzeitig die Frage nach dem Baumaterial weiter offen ließ. Fotografiert war es außerdem aus der Fußgängerperspektive, während die Pappmodelle der Behörden aus der Vogelperspektive zu sehen waren. Das Urteil der Architekturpresse

497 COL/CC/ITP/01/02/057, S. 636, Sitzungsprotokoll des ITPC vom 23.11.1954.

498 Heathcote 2004, S. 75.

499 Ebd., S. 83.

500 Vgl. Kap. 4.1.5.

501 Three Proposals for the Barbican Site, City of London, in: *Architects' Journal* 121 (1955), 07.04.1955, S. 458–460, 466–468.

über die Ergebnisse der Planungsabteilungen von Stadt und County fiel vernichtend aus. Es sei nicht nur enttäuschend, es verdeutliche auch das Scheitern des Planning Act von 1947, da offenbar nicht eindeutig geklärt sei, wer die Planungshoheit in einem solchen Fall habe. Der Vorschlag des NBC sei mit Abstand die beste, innovativste und professionellste Lösung:

„Obviously the Kadleigh scheme attracts the idealist element in everyone because of the very sweep of its comprehensiveness. Here is a synthesis of social, visual and functional needs which is bound to appeal to the intellect after the relative untidiness of more piecemeal (but therefore often more flexible) development as expressed in the official plan.“⁵⁰²

Auch die *Times* war der Ansicht, das NBC sei „far more revolutionary in its proposal“.⁵⁰³ Trotz all der positiven Rezensionen des NBC-Entwurfs wurde der Bauantrag letztlich abgelehnt. Am 26. September 1955 wurde diese Entscheidung von der Stadt offiziell bekanntgegeben. Allerdings endete damit die Debatte um den Entwurf „New Barbican“ noch lange nicht. Das NBC gab sich keineswegs geschlagen und legte Einspruch beim Wohnungsbauminister ein.⁵⁰⁴ Die endgültige Ablehnung wurde damit aber letztlich nur weiter hinausgezögert.

Dafür griff nun auch der *Manchester Guardian* das Thema auf und debattierte die unterschiedlichen Vorschläge von NBC, LCC und COL.⁵⁰⁵ Der Wohnungsbauminister Duncan Sandys entschied, die Angelegenheit in einer öffentlichen Anhörung zu klären. Mit dieser offiziellen Untersuchung als Reaktion auf ihren Einspruch generierte das NBC eine Medienaufmerksamkeit, die all seine bisherigen Erfolge in den Schatten stellen sollte: „[The] Final Phase of the War of the Barbican“⁵⁰⁶ war eingeleitet.

Die Anhörung begann am 17. Januar 1956 und dauerte insgesamt zwei Wochen, in denen *Manchester Guardian*⁵⁰⁷ und *Times*⁵⁰⁸ ihre Leser täglich über die neusten Entwicklungen informierten. Auch andere Zeitungen und Zeitschriften brachten zumindest vereinzelte

502 Ebd., S. 458.

503 City Verdict On New Barbican Scheme Next Month, in: *The Times*, 28.06.1955, S. 12.

504 Barbican Committee to Approach Minister, in: *The Times*, 30.09.1955, S. 8.

505 The New Barbican Plan. Architects Undismayed by City's Rejection, in: *Manchester Guardian*, 21.02.1955, S. 4; Our London Correspondence. Three Plans for the Barbican, in: *Manchester Guardian*, 14.04.1955, S. 6; Our London Correspondence. Congestion Worse Congested?, in: *Manchester Guardian*, 24.09.1955, S. 6; A Londoner's Retrospect, in: *The Manchester Guardian*, 31.12.1955, S. 3.

506 Final Phase of the War of the Barbican, in: *Manchester Guardian*, 16.1.1956, S. 5.

Beiträge.⁵⁰⁹ Ursprünglich war die Verhandlung auf drei Tage angesetzt, aber bereits bei der Eröffnung wurde klar, dass das NBC vorhatte, die Sache möglichst in die Länge zu ziehen. Ihr Vertreter hatte mehrere Aussagen vorgesehen: Bryan Anstey kam als Initiator des Projekts zu Wort, Gerald Barry als Vorsitzender des NBC. Alle drei Architekten *Kadleigh, Whitfield & Horsbrugh* sollten einzeln vorsprechen, sowie die drei beratenden Ingenieure für Baukonstruktion, Elektrotechnik und Maschinenbau aussagen.⁵¹⁰ Damit waren allein acht Redebeiträge des NBC angesetzt. Der zweite Verhandlungstag wurde komplett von der Aussage und der anschließenden Befragung Ansteys eingenommen. Dabei kam auch der Ursprung des Projekts in der Leserbriefe-Rubrik der *Times* zur Sprache. Vor allem wurde jedoch die Weigerung von LCC und COL thematisiert, sich mit dem Projekt in einem frühen Planungsstadium auseinanderzusetzen.⁵¹¹ Der dritte Tag war den Ausführungen der Architekten *Kadleigh, Whitfield & Horsbrugh* vorbehalten, die all die Vorzüge ihres Entwurfes herausstrichen und auf ihre prägende Leitidee hinwiesen, ein soziales Forum schaffen zu wollen.⁵¹² Ab dem vierten Tag überschattete eine unbedachte Äußerung des Präsidenten der *Royal Academy of Arts* die Hochstimmung des NBC. Am Rande einer nicht in Bezug stehenden Ausstellungseröffnung sagte er der *Times*, der Vorschlag des NBC sei „hideous“, gleiche einem „paradise lost“ und sei „a piece of exploitation by the millions of big business“.⁵¹³ Aus Sicht der Presse gab dies der Anhörung eine deutliche Wende, weil dabei auch die technische Machbarkeit des Projekts angezweifelt worden war. Die Ingenieure hatten sich daraufhin harten und zweifelnden Fragen zu stellen und bemühten sich, die Umsetzbarkeit überzeugend darzulegen.⁵¹⁴

507 Hearing of New Barbican Appeal Begins, in: *Manchester Guardian*, 18.1.1956, S. 5; Mr. Anstey Outlines Aims of New Barbican Committee, in: *Manchester Guardian*, 19.1.1956, S. 4; ‚A 20th-Century Forum‘, in: *Manchester Guardian*, 20.1.1956, S. 7; P.R.A.’s Attack on Barbican Scheme Deplored, in: *Manchester Guardian*, 21.1.1956, S. 4; Barbican Argument Shifts to Question of Density, in: *Manchester Guardian*, 24.1.1956, S. 5; City’s Alternative Plan for the Barbican Area, in: *Manchester Guardian*, 25.1.1956, S. 4; St. Paul’s Threatened by New Barbican Scheme?, in: *Manchester Guardian*, 26.1.1956, S. 4; New Barbican, in: *Manchester Guardian*, 28.1.1956, S. 6.

508 Barbican Plan ‚Practical‘, in: *The Times*, 18.01.1956, S. 4; Counsel’s Assurance at Barbican Inquiry, in: *The Times*, 19.01.1956, S. 4; New Barbican as ‚Paradise Lost‘. Attack by Professor Richardson, in: *The Times*, 20.01.1956, S. 4; Prof. Richardson Challenged, in: *The Times*, 21.01.1956, S. 3; Prof. Richardson’s Attack ‚Unfair‘, in: *The Times*, 24.01.1956, S. 5; Multi-Storey Car Parks in City, in: *The Times*, 25.01.1956, S. 5; Barbican as ‚Risk to St. Paul’s‘, in: *The Times*, 26.01.1956, S. 4; Purchase Notice for Barbican Area Sites, in: *The Times*, 01.02.1956, S. 11.

509 New Barbican, in: *The Observer*, 22.01.1956, S. 6; What London May Look Like, in: *The Globe and Mail*, 01.02.1956, S. 3, The New Barbican Appeal. The City Corporation’s Case, in: *The Builder* 31 (1956), 03.02.1956, S. 194.

510 Hearing of New Barbican Appeal Begins, in: *Manchester Guardian*, 18.1.1956, S. 5.

511 Barbican Plan ‚Practical‘, in: *The Times*, 18.01.1956, S. 4; Mr. Anstey Outlines Aims of New Barbican Committee, in: *Manchester Guardian*, 19.1.1956, S. 4.

512 ‚A 20th-Century Forum‘, in: *Manchester Guardian*, 20.1.1956, S. 7.

In der zweiten Verhandlungswoche schilderten die städtischen Behörden ihre Perspektive.⁵¹⁵ Harris Williams vertrat dabei die COL und deren Ansicht, dass der Entwurf des NBC schlicht unpassend für den vorgesehenen Ort sei:

„There may be other places in the country on whose vile body it might be proper to execute this experiment. London is not one of them.“⁵¹⁶

Unterstützung erhielt er vom Leiter des Planungsamts H. A. Mealand, der auf die Alternativplanung der Stadt verwies und hinzufügte, dass es bereits mehrere lokale Firmen gebe, die Einzelgrundstücke des Barbican nach den Vorgaben der Stadt pachten und bebauen würden. Im Anschluss kamen auch Vertreter einiger dieser Unternehmen zu Wort.⁵¹⁷ Im weiteren Verlauf wurden Vor- und Nachteile der konkurrierenden Planungen von NBC, LCC und COL diskutiert, wobei der Sprecher des NBC die Vertreter der Behörden und Unternehmen jeweils ins Kreuzverhör nahm.⁵¹⁸ Der Sprecher der COL riet dem NBC, seine Strategie nicht darauf aufzubauen, „on whether its own plan was better or worse than the plan that had been prepared by the corporation.“ Es gehe schließlich nicht um konkurrierende Entwürfe⁵¹⁹ – eine Ansicht, die von der *Times* wenige Monate später in Frage gestellt werden sollte.

513 New Barbican as ‚Paradise Lost‘. Attack by Professor Richardson, in: *The Times*, 20.01.1956, S. 4. Richardson ließ keinen Zweifel an seiner rigorosen Ablehnung. Die Ungeheuerlichkeit des Baus machte er unter anderem an dessen Abmessungen fest: „This Barbican will never be built [...] It is doomed and condemned because the British people say, ‚No, we will never have a hideous thing like that! Sixty feet below the earth and 300 feet above—who would want to paint a thing like that! A series of detached forts with Milton’s church crushed out in the middle of it. It would be Paradise Lost if we ever built it.“ Erwähnt sei an dieser Stelle auch, dass diese Maße vom tatsächlich realisierten Barbican, wie wir es heute kennen, noch übertroffen wurden. Die von Richardson genannte Bauhöhe wurde beispielsweise um mehr als ein Drittel überstiegen. Statt 60 Fuß ragt das heutige Barbican 70 Fuß in die Erde und die für Richardson undenkbare Bauhöhe der Hochhäuser von 300 Fuß wurde letztlich auf 450 Fuß ausgeweitet. Siehe: Barbican Arts Centre, in: *Arup Journal* (1975/4), S. 12-18, S. 12.

514 P.R.A.’s Attack on Barbican Scheme Deplored, in: *Manchester Guardian*, 21.1.1956, S. 4; Prof. Richardson Challenged, in: *The Times*, 21.01.1956, S. 3; Prof. Richardson’s Attack ‚Unfair‘, in: *The Times*, 24.01.1956, S. 5.

515 Barbican Argument Shifts to Question of Density, in: *Manchester Guardian*, 24.1.1956, S. 5.

516 Prof. Richardson’s Attack ‚Unfair‘, in: *The Times*, 24.01.1956, S. 5.

517 City’s Alternative Plan for the Barbican Area, in: *Manchester Guardian*, 25.1.1956, S. 4. Die Teilnahme dieser und weiterer Firmen an den Verhandlungen, sowie ihr eigenennütziges Interesse daran, hatte der *Manchester Guardian* bereits am ersten Verhandlungstag erwähnt. Genannt wurden dabei: Merchant Taylors’ Company, Brewers’ Company, Salters’ Company, Worshipful Company of Barbers, Girdlers’ Company, British Transport Commission, Esso Petroleum Company und City Parochial Foundation. Siehe: Hearing of New Barbican Appeal Begins, in: *Manchester Guardian*, 18.1.1956, S. 5.

518 Multi-Storey Car Parks in City, in: *The Times*, 25.01.1956, S. 5; Barbican as ‚Risk to St. Paul’s‘, in: *The Times*, 26.01.1956, S. 4; Purchase Notice for Barbican Area Sites, in: *The Times*, 01.02.1956, S. 11.

519 St. Paul’s Threatened by New Barbican Scheme?, in: *Manchester Guardian*, 26.1.1956, S. 4.

Die Verhandlungen wurden ohne eine Entscheidung des Ministeriums abgeschlossen, die noch weitere sieben Monate auf sich warten ließ. Ob die Behörden damit erneut eine Hinhaltetaktik verfolgten, sei dahingestellt. Jedenfalls nutzten sie die Zwischenzeit zur eigenen Öffentlichkeitsarbeit. Nachdem die privatwirtschaftlichen Rivalen erst einmal verstummten, war das Feld für den innerbehördlichen Konkurrenzkampf eröffnet, der hinter den Kulissen schon länger brodelte.

Kurz nach Ende der Verhandlungen wagte zunächst der LCC eine Offensive. Anders als das NBC nutzte er keine Leserbriefe, sondern machte den Martin/Mealand-Plan in Form einer Ausstellung im „Building Centre“⁵²⁰ publik. Auch der Architekturkorrespondent der *Times* berichtete über das vermeintliche Kooperationsprojekt von LCC und COL. Dabei ließ er es sich nicht nehmen, auch all die Aspekte aufzuführen, die der Vorschlag scheinbar vom Entwurf des NBC übernommen habe: die Bürotürme, die Tiefgarage, die Fußgängerplattformen und die Großstruktur.⁵²¹ Der Autor hielt es auch für angebracht, mit einem verbreiteten Missverständnis aufzuräumen: Der Leser solle sich nicht täuschen lassen und den Streit zwischen NBC und den Behörden als stadtplanerischen Diskurs über Planungsmethoden missverstehen, vielmehr gehe es schlicht um „two rival schemes“.⁵²²

4.1.5 Konkurrierende Planungen von LCC und COL

Rivale des LCC war allerdings weniger das NBC als vielmehr die COL. Der präsentierte Martin/Mealand-Plan war ein Gemeinschaftsprojekt von J. L. Martin als Planungsleiter der Regionalverwaltung LCC und Anthony Mealand in der gleichen Funktion bei der Stadtverwaltung COL. Die Zusammenarbeit ging zurück auf die Anregung der RFAC im Jahr 1954. Die unterschiedlichen Planungsansätze von COL, LCC und NBC wurden in der Presse anhand der Begriffe „Piecemeal“- „Comprehensive“- und „Large-scale“-Planning gegeneinander abgewägt. Was genau damit gemeint war wurde erst durch die bereits in Kapitel 4.1.3 erwähnte Gegenüberstellung der Planungsmodelle im Jahr 1955 nachvollziehbar. Diese Veröffentlichung hatte die Vorstellungen der drei Akteure erstmals deutlich vor Augen geführt und eine tatsächliche Vergleichbarkeit hergestellt. In der Presse hatte sich der LCC gegenüber der COL bislang erfolgreich als innovationsfördernde Institution profiliert. Die Protokolle der Planungssitzungen offenbaren jedoch ein weitaus differenzierteres Bild. Zwar forderte der LCC einen umfassenden Masterplan für das

520 1931 gegründete Non-Profit-Organisation zur Öffentlichkeitsarbeit für Architektur. Siehe: Building Centre, https://www.buildingcentre.co.uk/about_us/2 [10.01.2018].

521 Official Scheme for Barbican, in: *The Times*, 24.02.1956, S. 10, 14.

522 Ebd.

Gelände, stellte sich diesen aber in einer Form vor, die nicht weniger stückchenweise und tradiert daher kam, als die ihrer Konkurrenten der COL. Tatsächlich wichen die Vorstellungen des LCC gänzlich von denen des NBC und auch vom letztlich realisierten Gebäude ab.

Das NBC schlug ein „large scale project“ vor, also eine einheitlich gestaltete Großstruktur. Und genau darin lag auch die innovative Kraft ihres Entwurfes. Gerade dies wurde von der COL strikt abgelehnt mit dem Argument, ein „Master Three Dimensional Plan was not practicable.“⁵²³ Eine derart geschlossene Großform stieß bei der Mehrheit der Teilnehmer einer Sitzung des ITPC im September 1954 aufgrund ihrer „rigid conformity“⁵²⁴ auf Ablehnung. Im weiteren Verlauf änderte die COL jedoch ihre Haltung, primär weil die Behörde Gefallen an der Idee fand, Wohnraum auf dem Barbican-Gelände vorzusehen. In der Gegenüberstellung der drei Varianten ließ der Vorschlag von Anthony Mealand und Holford für die COL viel deutlicher ein Gesamtkonzept erkennen.⁵²⁵ Dagegen hatten J. L. Martin und Arthur Ling für den LCC einen Plan erstellt, der verschiedene Einzelprojekte von Investoren, denen bereits eine Baugenehmigung versprochen worden war, in eine überzeugende Gesamtplanung überführen sollte. Im Grunde ging es den Planern des LCC von der ersten Planungssitzung an darum, die Praxis beizubehalten, einzelne Genehmigungen an unterschiedliche Investoren zu vergeben, ohne dass das Endergebnis als Stückwerk wahrgenommen wurde.⁵²⁶ Dem LCC schwebte ein Gesamtplan vor, der zwar ein städtebauliches Gesamtkonzept vorgab, das Gelände aber in Bauabschnitte unterteilte, auf denen Einzelprojekte unterschiedlicher Bauherren realisiert werden könnten. Was der LCC dabei von den Ideen des NBC übernahm, war primär der Vorschlag, die Stadt solle das gesamte Baugelände selbst erwerben und den Grund und Boden an Investoren vermieten.⁵²⁷ Die unterschiedliche Haltung von LCC und COL, wie sie von der Presse wiedergegeben wurde, machte sich damit weniger an der imaginierten städtebaulichen Gestalt fest, als vielmehr an der Art der Bauplatzvergabe.

Ziel des ITPC war es, sich vom Einfluss des LCC frei zu machen und einen Plan zu erstellen, der den Bedürfnissen der Innenstadt besser Rechnung trug. Am Entwurf des

523 LMA/COL/CC/ITP/02/031, Re-Development in the City, S. 1, Memorandum von William Holford vom 09.07.1954.

524 LMA/COL/CC/ITP/01/02/057, S. 479, ITPC-Sitzungsprotokoll vom 15.09.1954.

525 Three Proposals for the Barbican Site, City of London, in: Architects' Journal 121 (1955), 07.04.1955, S. 466–468, S. 467.

526 LMA/LCC/MIN11/220, City of London Area of Comprehensive Development, Bericht als Anlage zur TPC-Sitzung am 07.02.1955.

527 LMA/COL/CC/ITP/01/02/057, S. 476, The Views of the London County Council, ITPC-Sitzungsprotokoll vom 15.09.1954.

NBC wurde geschätzt, dass er Wohnraum in der Stadt vorsah. Von dieser Idee war man auf Seiten der COL durchaus angetan. Vorteilhaft erschien dies zum einen aufgrund der in Aussicht gestellten Entlastung des drängenden Verkehrsproblems, das sich aus steigenden Pendlerzahlen aus den Vororten ergeben hatte. Zum anderen – und dieser Aspekt war vermutlich entscheidend – drohte die COL durch sinkende Einwohnerzahlen auch Sitze im Stadtparlament und damit politischen Einfluss zu verlieren. Ein sinkender Anteil der Wohnbevölkerung im Verwaltungsbezirk der COL „was matched by a similar decline in the Ward List Electorate“.⁵²⁸ Bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts waren die Einwohnerzahlen der COL stetig gestiegen. Seit dem Höchststand von 129.128 Bewohnern im Jahr 1851 waren die Zahlen jedoch kontinuierlich gesunken, so dass 1953 nur noch 5.090 Menschen im Innenstadtbereich wohnten.⁵²⁹ Die COL hatte damit eine weitere Motivation, verstärkt Wohnraum anzubieten und den Fokus des LCC auf Unternehmensarchitektur zu missbilligen. Drei Monate vor besagter Eröffnung der Ausstellung zum Martin/Mealand-Gemeinschaftsprojekt distanzierte sich die COL bereits von dem Entwurf. Namentlich beklagte sich Eric F. Wilkins vom ITPC in einer Sitzung des *Common Council* über diese Zusammenarbeit. Obwohl auch der Wohnungsbauminister Sandys bereits seine Präferenz für mehr Wohnraum in der Innenstadt betont habe,⁵³⁰ kümmere sich der LCC lediglich um den Martin/Mealand-Plan, der ein „compromise hot-potch scheme“ darstelle, das ein „El Dorado for potential developers for office and commercial purposes“ biete.⁵³¹ Der Martin/Mealand-Plan gebe sich nur vordergründig als Kooperationprojekt aus, ignoriere in Wahrheit jedoch gänzlich die Wünsche und Interessen der COL, deren Architekturmodell lediglich als Arbeitsgrundlage genutzt werde:

„In truth [...] it is a London County Council Scheme prepared in the Architect's Department of the London County Council with a model, if you please, supplied by County Hall.“⁵³²

Wilkins schloss seine Rede vor dem Stadtrat mit der direkt an den Bürgermeister gerichteten Mahnung, eine einzigartige Möglichkeit, wie es das Barbican Areal biete, nicht

528 Ebd.

529 MA/COL/CC/ITP/01/02/057, History of the Resident Population of the City, Anlage zur ITPC Sitzung am 20.04.1955.

530 LMA/CLA/072/01/004, Speech made by Mr. Eric F. Wilkins, 03.11.1955, S. 2, Anlage zur Sitzung des Court of Common Council am 17.11.1955.

531 Ebd., S. 4.

532 Ebd., S. 5.

leichtfertig zu verspielen und im Interesse der Bewohner zu handeln. Während sich die Medien gerade in Vorbereitung auf die Anhörung und die „Final Phase of the War of the Barbican“⁵³³ befanden und von einem offenen Ausgang der Verhandlungen ausgingen, tobte damit im Hintergrund schon ein ganz anderer Kampf, in dem LCC und COL um die Planungshoheit stritten.

Dabei sollte die COL die letzte erfolgreiche Medienschlacht führen, indem sie drei weitere Monate später in einer eigenen Ausstellung in der Guildhall Library „yet another Barbican plan“⁵³⁴ vorstellte. Damit vollzog die COL einen Befreiungsschlag vom LCC, den sie bereits seit über einem Jahr vorbereitet hatte. Ein Bericht des Town Clerks Edward Henry Nichols für besagte Stadtratssitzung im November 1955 zeigt, dass schon im Februar desselben Jahres ein erster Auftrag an *Chamberlin, Powell & Bon* vergeben worden war – den Architekten, die den heute existierenden Bau ausführten. Nichols gab in diesem Bericht an, damals in einer Sondersitzung den Rückgang der Wohnbevölkerung in der Innenstadt als problematisch angesprochen und sich diesbezüglich die Erlaubnis eingeholt zu haben, einen externen Berater beauftragen zu dürfen. Damit sollte ein Bericht über die Möglichkeit, im Areal des Barbican Wohnraum anzubieten, erstellt werden.⁵³⁵

Knapp vier Monate nachdem das NBC seinen Entwurf in den Medien lanciert und damit eine heftige Debatte ausgelöst hatte und sieben Monate vor der Ablehnung des Baugesuchs des NBC waren also bereits die Architekten im Spiel, die das Projekt letztlich umsetzen sollten, auch wenn ihre Namen offiziell noch nicht genannt wurden. Das Gemeinschaftsbüro *Chamberlin, Powell & Bon* war zu diesem Zeitpunkt bereits mit der Errichtung einer Wohnsiedlung nördlich des Barbicans betraut.

Den Auftrag hatten sie durch einen groß angelegten Architekturwettbewerb erhalten, der ihnen als Gewinner viel Beachtung eingebracht hatte.⁵³⁶ Die COL suchte sich bei ihnen nun Unterstützung aus den Reihen anerkannter, freiberuflicher Planungsexperten. Aus der anfangs erbetenen Studie zur Eignung des Barbican-Geländes als Wohnquartier wurden am Ende ausgefeilte und detaillierte Planzeichnungen und Fotografien eines aufwendig gestalteten Architekturmodells,⁵³⁷ die nun in den Planungsdebatten der politischen Entscheidungsträger als weitere Möglichkeit diskutiert werden konnten. Das

533 Final Phase of the War of the Barbican, in: Manchester Guardian, 16.1.1956, S. 5.

534 Yet Another Barbican Plan, in: The Manchester Guardian, 26.05.1956, S. 3.

535 LMA/CLA/072/01/004, Memorandum of the Town Clerk, S. 1, Anlage zur Sitzung des Court of Common Council am 17.11.1955.

536 Result of the Architectural Competition for a New Housing Scheme at Golden Lane, London, in: Architect & Building News 201, 06.03.1952, S. 274–289; Men of the Year: Chamberlin, Powell & Bon, in: Architects' Journal 117, 15.01.1953, S. 72; Flats, in: Architectural Review 115 (1954), S. 49–65.

LCC war an einem Austausch über diesen Planungsvorschlag allerdings wenig interessiert und bemühte sich, diesen zu ignorieren. Darüber beklagte sich zumindest Wilkins vom ITPC beim Bürgermeister und Stadtrat. So habe das TPC zwar mehrfach angekündigt, über den Vorschlag von *Chamberlin, Powell & Bon* in den Planungssitzungen diskutieren zu wollen, am Ende käme aber immer nur der Martin/Mealand-Plan zur Sprache.⁵³⁸

Ein erster Entwurf von *Chamberlin, Powell & Bon*, der allerdings noch wenig Ähnlichkeit mit dem heutigen Gebäude aufwies,⁵³⁹ lag im Juni 1955 vor, also bereits kurz nachdem die einzelnen Planungen von LCC und COL veröffentlicht worden waren. Die von Wilkins kritisierte Ignoranz des TPC nutzte das ITPC zu seiner Weiterentwicklung. Vier Monate nach Ende der vom NBC eingeforderten Anhörung und drei Monate nach der Ausstellungseröffnung des LCC wurde der Öffentlichkeit der gänzlich überarbeitete zweite Entwurf von *Chamberlin, Powell & Bon* präsentiert. Publiziert wurde diese Variante zunächst in den Tageszeitungen,⁵⁴⁰ dann auch in der Architekturpresse.⁵⁴¹ Die *Times* lobte den Entwurf als „Pedestrian Oasis“, die eine Wüste in einen Garten verwandele.⁵⁴² Mit Hilfe freiberuflicher Architekten holte sich die COL endlich die gewünschte Wertschätzung der Öffentlichkeit, die ihr so lange verwehrt geblieben war. Mit dem Vorstoß der COL war das NBC endgültig aus dem Rennen, das am 29. August 1956 die endgültige Ablehnung erhielt.⁵⁴³

Die Architekturzeitschriften sollte das Barbican für Jahrzehnte füllen.⁵⁴⁴ Während das Barbican in der Tagespresse zeitweise vor allem als Hintergrundfolie für Arbeiterstreiks diente und eher negative Schlagzeilen machte,⁵⁴⁵ verfolgte die Fachpresse den langwierigen Bauprozess aufmerksam und wohlwollend. In den 1980er Jahren erteilte das Barbican das Schicksal vieler Betonbauten der Nachkriegszeit. Vom „Showpiece“⁵⁴⁶ und

537 LMA/CLA/072/01/003, Chamberlin, Powell and Bon: Confidential Report to the Town Clerk on Proposed City Housing, 03.06.1955, 21seitiger Bericht und detaillierte Planzeichnungen von Städtebau bis Wohnungsgrundriss.

538 LMA/CLA/072/01/004, Speech made by Mr. Eric F. Wilkins, 03.11.1955, S. 1, Anlage zur Sitzung des Court of Common Council am 17.11.1955.

539 Zum ersten Entwurfs siehe: Heathcote 2004, S. 85.

540 Barbican Flats Project, in: *The Times*, 26.05.1956, S. 4; Yet Another Barbican Plan, in: *The Manchester Guardian*, 26.05.1956, S. 3.

541 Barbican Redevelopment. A Residential Scheme for the City of London, in: *The Builder* 31 (01.06.1956), S. 623–624; City of London: Barbican Redevelopment Residential Scheme, in: *Surveyor*, 02.06.1956, S. 371–372, High Density Housing for the Barbican Area of the City of London, in: *Architects' Journal* 123 (07.06.1956), S. 632–636; Barbican Redevelopment, in: *Architect & Building News* 209 (07.06.1956), S. 620–623.

542 Barbican Flats Project, in: *The Times*, 26.05.1956, S. 4.

543 Barbican Plan Rejected, in: *The Times*, 30.08.1956, S. 5; New Barbican Plan Rejected - „Not without Regret“, in: *The Manchester Guardian*, 30.08.1956, S. 3.

„London Pride“⁵⁴⁷ avancierte die Anlage in nur wenigen Jahren zum „Eyesore“⁵⁴⁸ und im 21. Jahrhundert gar zu „London’s ugliest building“.⁵⁴⁹ Dass diese negative Einschätzung noch lange nicht das unterste Ende der Bewertungsskala darstellt, wird die Boston City Hall vor Augen führen, die zwei Jahre später Weltrang beanspruchen konnte und sich mit dem Titel „Ugliest Building of the World“⁵⁵⁰ schmücken durfte.

-
- 544 More About the Barbican Scheme, in: *Architects’ Journal* 122 (1956), S. 354; The Significance of the Barbican, in: *Town & Country Planning* 25 (1957), S. 443-444; Barbican Redevelopment, in: *The Builder* 196 (1959), S. 949-951; Barbican Scheme Details, in: *Architect & Building News* 215 (1959), S. 675-676; Detailed Proposals for the Barbican Redevelopment, in: *Architects’ Journal* 129 (1959), S. 835-839; Barbican and the Elephant, in: *Architectural Design* 29 (1959), S. 416-419; Barbican Theatre, in: *Architectural Design* 30 (1960), S. 365; A Question of Detail. Some Thoughts on South Barbican, in: *Architects’ Journal* 131 (1960), S. 858-870; South Barbican. The City of London’s First Essay in Pedestrian Segregation, in: *Architectural Review* 127 (1960), S. 338-343; Bush and Pick-Hammered Concrete on the Barbican Scheme, in: *Arup Journal* (1967/5), S. 12-19; Barbican Arts Centre, in: *Architects’ Journal* 147 (1968), S. 1237-1244; Guildhall Precincts Reconstruction. Phase I Uses Museum as Link Between Guildhall and Barbican Walkways, in: *Building* 217 (1969/34), S. 67-72; Downtown Delights. Barbican Progress Report, in: *Architects’ Journal* 151 (1970), S. 196-199; New Life in the city. London’s Barbican scheme on show, in: *Building* 219 (1970/41), S. 75-80; Town within a City. The Barbican Development in the City of London, in: *Architect & Building News* 7 (1970/4), S. 60-61; Barbican, ein neues Quartier in London, in: *Werk* 58 (1971), S. 447-450; London-Barbican. In der historischen Londoner City entsteht ein Wohnviertel für 6500 Einwohner, in: *Bauwelt* 62 (1971/11), S. 18-23; Barbican Project for City of London, in: *Canadian architect* 16 (1971), S. 38-42; The Barbican Development, in: *Architectural Review* 154 (1973), S. 66-90; Architecture Awards 1974, in: *Royal Institute of British Architects Journal* 81 (1974/8), S. 17; Barbican, et boligområde i London, in: *Arkitekten* 19 (1974/20), S. 415-421; Fussgänger auf dem Citypodium, in: *Deutsche Bauzeitung* 108 (1974/1), S. 54-59; The Barbican Development, in: *Architecture & Urbanism* 4 (1974/38), S. 12-24; Case medioevali padovane „a barbacani“, in: *Padua* 63 (1974), S. 103-118; Barbican Arts Centre, in: *Arup Journal* (1975/4), S. 12-18; The Barbican, in: *Architect & Builder* 26 (1976/7), S. 2-19; Sounds in the City, in: *Architects’ Journal* 166 (1977), S. 834-837; New Towns, English Encampments: A Comparison of Three New Towns (Barbican, Thamesmead, Milton Keynes), in: *Progressive Architecture* 58 (1977/7), S. 58-67; Guildhall School of Music & Drama, Barbican, London, in: *Arup Journal* (1978/12), S. 6-9; The Final Stage, in: *Building* 234 (1978/24), S. 84-90; Barbican Arts Centre, in: *Architectural Review* 170 (1981), S. 238-254; Barbican Arts Centre, in: *Arup Journal* (1981/3), S. 25-27; Barbican Conference Centre to Open Next Month, in: *Architects’ Journal* 173 (1981), S. 1150; Barbican Centre: A Miraculous Conception, in: *Architects’ Journal* 174 (1981/40), S. 672-675; Interior Design: Barbican Arts Centre, in: *Architectural Review* 170 (1981), S. 238-254; Barbican Complete, in: *Architects’ Journal* 175 (1982), 10.03.1982, S. 39; A Triumph of Theatre, in: *Architects’ Journal* 176 (1982), 18.08.1982, S. 31-44; City Showpiece. The Barbican Centre for Arts and Conferences, in: *Building* 242 (1982), 05.03.1982, S. 35-39; El Centro Barbican, in: *Obras* 19 (1982/113), S. 80; Evening at the Barbican, in: *Concrete Quarterly* 134 (1982), S. 25-27; London Pride: The Conservatory at the Barbican in the City of London Is to Open Soon, in: *Architects’ Journal* 177 (1983), 11.05.1983, S. 32-33.
- 545 Mitte der 1960er erlangte das Barbican zweifelhafte Berühmtheit als Baustelle, auf der weder Umkleideräume noch Toiletten für die Arbeiter vorhanden waren. Siehe: Wall, Christine: *An Architecture of Parts. Architects, Building Workers and Industrialization in Britain 1940-1970*, New York 2013, S. 156.
- 546 City showpiece. The Barbican Centre for Arts and Conferences, in: *Building* 242 (1982), 05.03.1982, S. 35-39.
- 547 London Pride: The Conservatory at the Barbican in the City of London Is to Open Soon, in: *Architects’ Journal* 177 (1983), 11.05.1983, S. 32-33.
- 548 Moore, Rowan: *Eyesores as Heritage*, in: *Blueprint* 1989, Nr. 59, S. 12.

4.1.6 Presse als ‚Produktionsort der Architektur‘

Im Dunkeln bleibt an dieser Stelle, ob Anstey als Immobilienexperte, Initiator der Debatte und späterer Mitbegründer des NBC zum Zeitpunkt seines ersten Leserbriefs bereits das Ziel vor Augen hatte, das Gelände als Mitinvestor selbst bebauen zu wollen und die Kommunalverwaltung daher ganz gezielt mit Hilfe der Presse unter Druck setzen wollte. Aus architekturgeschichtlicher Perspektive wäre dieses Vorgehen nicht einmal ungewöhnlich. Rund hundert Jahre zuvor hatte auch Joseph Paxton seine Pläne für den Crystal Palace zur Weltausstellung 1851 in vergleichbarer Weise in der Presse zu inszenieren gewusst und damit die Entscheidung für seinen Entwurf begünstigt.⁵⁵¹ Das NBC bewies im Grunde eine ähnlich gute Spürnase wie damals Paxton, was die Prestigeträchtigkeit ihres Projekts, ihre Treffsicherheit bezüglich des architektonischen Zeitgeists und die Wahl des richtigen Zeitpunkts für die Verbreitung ihrer Bilder angeht, auch wenn sie am Ende keinen Erfolg für sich verbuchen konnten.

Aufgrund des Einspruchs beim Wohnungsministerium und der anschließenden Anhörung steht in Form von Ansteys Zeugenaussage ein Dokument zur Verfügung, das Einblick in seine Motivation gibt.⁵⁵² Er behauptete, ursprünglich gar nicht an die Durchführung des Projekts durch Privatunternehmer gedacht, sondern vielmehr eine staatliche oder kommunale Finanzierung vor Augen gehabt zu haben. Von offizieller Stelle habe er jedoch mehr Widerstand als Unterstützung erfahren. Von dieser Seite sei ihm sogar erst die Gründung eines Komitees nahegelegt worden.⁵⁵³ Dies verwundert insofern, als Anstey bereits beim Verfassen seines ersten Leserbriefs mit dem Architekten Sergej Kadleigh in Verbindung gestanden zu haben scheint. Zumindest erwähnt er in seinem Leserbrief dessen Projekt „High Paddington“. Ein Hang zu werbewirksamem Vorgehen ließe sich auch dem Architekten Kadleigh unterstellen, bzw. wurde ihm ein solches vom RIBA unterstellt. 1953 war er vor den RIBA-Rat zitiert worden, weil er seinen Entwurf „High Paddington“ verschiedenen Planungsbehörden vorgelegt hatte, was ihm als unerlaubte Eigenwerbung ausgelegt wurde.⁵⁵⁴ Auch in der Architekturpresse und der *Times* war das

549 Barbican Tops Ugly Buildings Poll, BBC News, 22.09.2006, http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/england/london/3126946.stm [06.01.2018].

550 Mason, Edward: Boston City Hall Named World's Ugliest Building, in: Boston Herald, 15.11.2008, http://www.bostonherald.com/entertainment/arts_culture/2008/11/boston_city_hall_named_world%E2%80%99s_ugliest_building [Zugriff: 06.01.2018].

551 Kretschmer, Winfried: Geschichte der Weltausstellungen, Frankfurt am Main 1999, S. 30.

552 CRC/GB 0237/PJM/LCC/E/1.2.1, Evidence of Bryan Anstey, ohne Datumsangabe, verfasst für die Anhörung vor dem Wohnungsministerium am 17.01.1956.

553 Ebd., S. 3f.

554 Vgl. Kap. 2.4.2.

Projekt rezipiert worden,⁵⁵⁵ weshalb Anstey möglicherweise nicht Kadleigh persönlich, aber seine Arbeiten kannte.

Ansteys erster Leserbrief war jedenfalls mit dem Titel „High Barbican“ überschrieben. Merkwürdig ist, dass Anstey später abstritt, seinem Projekt besagten Titel gegeben zu haben. Er behauptete vielmehr, dass die Überschrift von den Herausgebern der *Times* gewählt worden sei und betont: „I did not myself [...] make a feature of the ‚High‘ aspect“.⁵⁵⁶ Sein Argument ist jedoch hinfällig, da nicht nur in der Überschrift, sondern auch in Fließtext seines Leserbriefs von „High Barbican“ die Rede war.⁵⁵⁷ Fraglich bleibt, weshalb Anstey diese Verbindung nicht zugeben wollte. Es kann nur gemutmaßt werden, dass Anstey oder auch seine Mitstreiter des NBC beim Verfassen des ersten Leserbriefs bereits den Plan zur Bebauung des Barbican-Geländes gefasst hatten und die *Times* gezielt für ihre Interessen nutzten. Ebenso unklar bleibt, wie intensiv die Mitglieder des NBC in Kontakt mit den Planungsbehörden standen und inwieweit ihnen dabei suggeriert wurde, das Projekt könne Aussicht auf Erfolg haben.

Nach eigenen Angaben hatte sich Anstey privat schon länger mit der Möglichkeit beschäftigt, ein „large scale scheme“ für das Barbican-Gelände zu entwickeln und sich diesbezüglich mit verschiedenen namentlich aber nicht von ihm genannten Personen ausgetauscht. Kurz vor seinem Leserbrief an die *Times* habe er bei einem seiner zahlreichen Besuche des Areals zufällig den Vorstand der städtischen Planungsbehörde Henry A. Mealand getroffen. Bei dieser Gelegenheit habe er ihm direkt vor Ort seine Vision einer New Town vorgetragen. Mealand habe Zustimmung bekundet, ihn der Unterstützung versichert und ihn sogar zum Verfassen seines Leserbriefs ermutigt. Aus diesem Grund habe er ihm später auch eine Kopie zukommen lassen.⁵⁵⁸ Auch Kadleigh gab an, bei der Vorbereitung des Bauantrags mit ihm in Kontakt getreten zu sein.⁵⁵⁹ Nach Angaben des NBC wusste damit die städtische Planungsbehörde schon früh von ihren Plänen und Ideen, zum einen weil Anstey mit deren Leiter Mealand darüber 1953

555 High Paddington, in: *Architect & Building News* 202 (1952), S. 479–482; Das High Paddington Projekt, in: *Neue Stadt* 7 (1953), S. 498–503; High Paddington. Una ciudad para 8,000 habitantes, in: *Revista Nacional de Arquitectura* 13 (1953), S. 12–18; Kadleigh, Sergei: The High Paddington scheme, in: *Architect & Building News* 203 (1953), S. 336–340; Building Sites On Railway Sidings, in: *The Times*, 10.03.1953, S. 3; Allan, R.: Building Upwards, in: *The Times*, 10.03.1953, S. 9; A ‚Hill Town‘ Over The Railway, in: *The Times*, 12.03.1953, S. 8.

556 CRC/GB 0237/PJM/LCC/E/1.2.1, Evidence of Bryan Anstey, S. 2f, ohne Datumsangabe, verfasst für die Anhörung vor dem Wohnungsministerium am 17.01.1956.

557 Anstey, Bryan: „High Barbican“. A New Town Town in the City of London? (Leserbrief), in: *The Times*, 04.07.1953, S. 7.

558 CRC/GB 0237/PJM/LCC/E/1.2.1, Evidence of Bryan Anstey, S. 3f.

559 CRC/GB 0237/PJM/LCC/E/1.2.1, Proof of Evidence by Sergei Kadleigh, S. 2, ohne Datumsangabe, verfasst für die Anhörung vor dem Wohnungsministerium am 17.01.1956.

persönlich gesprochen hatte, zum anderen weil Kadleigh 1954 die Behörde zwecks Vorbereitung seines Entwurfes kontaktiert hatte. Nachweislich hielt die COL zu diesem Zeitpunkt jedoch an ihrem Plan fest, das Gelände stückchenweise und durch verschiedene Investoren bebauen zu lassen und ignorierte die Idee einer Gesamtplanung.⁵⁶⁰

Interessanter als die Frage danach, wie und ob das NBC Massenmedien für die eigenen Zwecke instrumentalisierte, ist ohnehin eher die Frage nach dem Einfluss, den es ausübte. Die Entstehungsgeschichte des Barbican in London scheint buchstäbliche die Thesen Beatriz Colominas zu bestätigen, dass Medien neben der Baustelle einen gleichwertigen Produktionsort für Architektur darstellen.⁵⁶¹ Zusammen mit anderen Tageszeitungen und Architekturzeitschriften kann die *Times* zweifellos als solch ein ‚Produktionsort des Barbican‘ bezeichnet werden, der für sich den Anspruch erheben kann, das Barbican ‚gemacht‘ zu haben. Letztlich war das NBC mit seiner Medienstrategie zwar finanziell nicht erfolgreich, verloren hatten ihre Mitglieder in gewisser Weise dennoch nicht. So betrachteten sie jedenfalls selbst die Lage. Eine Woche nach der endgültigen Ablehnung des NBC-Vorschlags meldete sich Bryan Anstey ein letztes Mal in der Leserbriefe-Rubrik der *Times* zu Wort und ließ die Ereignisse der letzten drei Jahre Revue passieren. Er verwies darauf, was das NBC erreicht habe, denn letztlich seien fast alle ihrer Ideen, die anfangs strikt abgelehnt wurden, im Prinzip anerkannt worden.⁵⁶² In ähnlicher Weise wandte sich Gerald Barry als Vorsitzender des NBC am Jahresende noch einmal an die Leserschaft der *Times* und gab an, dass auch er sich keineswegs als Verlierer sehe, da das NBC einiges erreicht habe:

„While the battle of Barbican itself has not been won, we certainly do not consider that we have lost the campaign for the principles of urban redevelopment for which we are fighting, and which we intend to continue.“⁵⁶³

Trotz aller Erfolglosigkeit hinsichtlich der Durchführung des Projekts hatte das NBC seit 1953 und insbesondere im Jahr 1956 ein enormes Medieninteresse provoziert. Die

560 Über die Bauanträge der Firmen Merchant Taylors Company und Prince of Wales Properties Ltd. im Areal des Barbican wurden ohne Unterbrechung weiter verhandelt. Siehe: LMA/COL/CC/ITP/02/031, Further consideration of plans and models of area adjacent to Route 11, Memorandum einer gemeinsamen Sitzung des ITPC und TPC am 28.07.1954, S. 3; LMA/COL/CC/ITP/01/02/057, S. 477, ITPC-Sitzungsprotokoll vom 15.09.1954.

561 Vgl. Kap. 2.2.

562 Anstey, Bryan: Rebuilding the City (Leserbrief), in: The Times, 06.09.1956, S. 4. „During the last three years the New Barbican Committee [...] has seen almost all the ideas for which it has campaigned come to be accepted in principle“.

563 New Barbican, in: The Times, 21.12.1956, S. 7.

Barbican-Debatte nahm selbst im auf London bezogenen Jahresrückblick des *Manchester Guardian* einen prominenten Platz ein.⁵⁶⁴ Nicht nur hatte das NBC mit Hilfe der Presse eine öffentliche Debatte über das brachliegende Gelände des Barbican angestoßen; auch das gebaute Endergebnis wäre ohne ihren Vorstoß wohl in dieser Form nicht entstanden. Seit dem ersten Leserbrief des NBC waren zu diesem Zeitpunkt mehr als drei Jahre, seit dem Einreichen des Bauantrags zwei Jahre vergangen, bevor der Antrag auf seinem „long march towards rejection“⁵⁶⁵ offiziell und unwiderruflich abgeschmettert wurde. Tatsächlich wirkte das NBC auf den Planungs- und Entscheidungsprozess aber auf so einflussreiche Weise ein, dass es den *Manchester Guardian* zur Aussage verleitete, „the New Barbican Committee [...] really won the battle, though other people will profit from the victory.“⁵⁶⁶

564 A Londoner's Retrospect. Looking Back on a Year of Crisis and Controversy, in: The Manchester Guardian, 31.12.1956, S. 3.

565 New Barbican Plan Rejected - „Not Without Regret“, in: The Manchester Guardian, 30.08.1956, S. 3.

566 Ebd.

4.2 Die Boston City Hall als Medienspektakel, 1950-1969

Die Boston City Hall stellt das Herzstück des sogenannten Government Center dar, für den in den 1960er Jahren etwa 24 Hektar der Bostoner Altstadt weichen mussten. An zentraler Stelle wurde dort der 3,6 Hektar große City Hall Plaza und das neue Rathaus errichtet. Der 1969 eröffnete Bau hat eine Grundfläche von 9.000m² und bietet auf neun Etagen eine nutzbare Fläche von etwa 47.000 m². Ziel der verantwortlichen Architekten *Kallmann, McKinnell & Knowles* war es, ein ‚bürgernahes‘ Gebäude zu erschaffen, das über seine Funktion als Rathaus hinaus auch zum Spaziergehen und Verweilen einladen sollte. Aus diesem Grund lässt sich das Gebäude auch aus drei unterschiedlichen Richtungen betreten: Der Haupteingang orientiert sich zum City Hall Plaza und führt in ein großzügiges Foyer. Von hier werden die oberen Etagen erreicht, wo sich ein Ausstellungsbereich, das Büro des Bürgermeisters, der Sitzungssaal des Stadtrats sowie die Stadtverwaltung befinden. Außerdem führen von dort Rolltreppen in die unteren Etagen, die alle Abteilungen mit viel Publikumsverkehr beherbergen. Ein zweiter Eingang führt von der Congress Street auf der Rückseite des Gebäudes direkt in diesen Bereich, wo an diversen Schaltern beispielsweise Pässe beantragt oder Führerscheine ausgestellt werden. Ein dritter Zugang führt über eine Außentreppe geradewegs in einen großzügigen Innenhof, der als Aufenthaltsraum konzipiert ist und von den Büroetagen begrenzt wird.⁵⁶⁷ Wie kein anderes Gebäude repräsentiert die Boston City Hall die ungeliebte Architektur der Nachkriegsmoderne. Bereits in ihrer Entstehungsphase war sie Gegenstand kontroverser Debatten und keine vierzig Jahre nach ihrer Eröffnung wurde bereits ihr Abriss in Betracht gezogen.⁵⁶⁸ 2006 erklärte der damalige Bürgermeister Thomas Menino, er halte das Rathaus für eine „existing monstrosity“,⁵⁶⁹ die er gerne verkaufen oder abreißen lassen wolle.⁵⁷⁰ Zwei Jahre später erlangte die Boston City Hall zweifelhafte Berühmtheit, als der Reiseanbieter *Virtualtourist.com* den Bau nach einer nicht

567 Aufgrund gestiegener Sicherheitsbestimmungen ist die vorgesehene Offenheit und Zugänglichkeit des Baus jedoch stark eingeschränkt. Metalldetektoren an Haupt- und Nebeneingang verzögern das Eintreten und der Zugang über den Innenhof ist aktuell komplett gesperrt.

568 Busack, Michael: Councilors Suggest Selling City Hall, in: Boston Globe, 15.11.2004, S. B.3. Vgl. dazu auch: Historic City Hall, in: Boston Globe, 21.11.2004, S. A.18; ‚I Wanted Something That Would Last‘. At 89, An Architect Stands By His Plan for City Hall After Four Decades of Both Condemnation and Praise, 13.10.2004, S. E.1.

569 Beam, Alex: Wrecking Ball Tolls for City Hall, in: Boston Globe, 18.12.2006, S. D12.

570 Walker, Adrian: City Hall Takes the Fall, in: Boston Globe, 14.12.2006, S. B1; Carr, Howie: What Boston City Hall needs is an exorcist, in: Boston Globe, 17.12.2006, S. 10; Thrush, George: Clean Slate. The Debate Over what to Do About Boston's City Hall, in: Boston Globe, 13.05.2007, S. E1; Neyfakh, Leon: The Birth of City Hall: Fifty Years After a Groundbreaking Competition, in: Boston Globe, 12.02.2012, S. K1; Graham, Ruth: Too New to Save? The struggle to predict—and preserve—the architectural landmarks of tomorrow, in: Boston Globe, 08.12.2013, S. K1.

repräsentativen Umfrage zum „Ugliest Building of the World“⁵⁷¹ kürte. Damit stellt die Boston City Hall ein ideales Fallbeispiel für eine Mediengeschichte der Architektur dar, die sich mit der ‚Kommunikationskrise‘ von Architekten befasst.

Der Boston City Hall kam als Kernelement eines großangelegten Urban-Renewal-Projekts bereits in einem frühen Planungsstadium entscheidende symbolische Bedeutung zu. Von den Entscheidungsträgern der *Boston Redevelopment Authority* (BRA), dem *Committee for the Central Business District* (CCBD) und der *Government Center Commission* (GCC) wurde dem geplanten Rathaus gleichermaßen symbolische Kraft für den gesamten Stadtumbau bescheinigt. Dabei diente insbesondere ein Architekturwettbewerb im Jahr 1962 dazu, dem Projekt enorm viel mediale Aufmerksamkeit zu verschaffen. Wie die folgenden Ausführungen zeigen werden, hatten die Planungsbehörden der Stadt Boston schon Jahre davor mit den Planungen der City Hall begonnen. Bereits 1959 lag ein erster Entwurf für das Gebäude vor, der dem späteren Wettbewerbsergebnis schon recht nahe kam. Entgegen dem Anspruch des Bürgermeisters John F. Collins, mit den Bürgerinnen und Bürgern der Stadt gemeinsam planen zu wollen, wurden diese Vorplanungen in der Öffentlichkeit aber nicht zur Diskussion gestellt. Für das Stadtmarketing Bostons war das Medienspektakel des Architekturwettbewerbs, das einen offenen Ausgang der Ergebnisse suggerierte, letztlich auch viel dienlicher.

So drängt sich der Verdacht auf, dass das Hauptinteresse der Entscheidungsträger von Beginn an nicht so sehr darin bestand, die Bevölkerung mit einem gut funktionierenden Gebäude zu erfreuen. Weitaus wichtiger war die überregionale Wirkung der Boston City Hall in den Medien, mit der die finanziell angeschlagene Stadt als Wirtschaftsstandort bekannt und für Investoren attraktiv wurde. In gewisser Weise wird in den folgenden Ausführungen ein frühes Beispiel des sogenannten Bilbao-Effekts beschrieben.⁵⁷² Erfolgreich war dabei weniger der Bau selbst, als vielmehr die im Planungsprozess entstandenen Architekturzeichnungen, die geradezu virale Verbreitung fanden.

Auch mit diesem zweiten Fallbeispiel, mit dem Architektur in der Tagespresse untersucht werden soll, wird also die Rolle von Architekten als Bildproduzenten offenbar, deren Fähigkeiten wichtige Funktion für ein professionell betriebenes Stadtmarketing hatte.

571 Edward Mason: Boston City Hall Named World's Ugliest Building. Cemented in History, Boston Herald, 15.11.2008, http://www.bostonherald.com/entertainment/arts_culture/2008/11/boston_city_hall_named_world%E2%80%99s_ugliest_building [Zugriff: 26.05.2018].

572 Ein entscheidender Unterschied stellt jedoch die Tatsache dar, dass hier kein bereits berühmter Stararchitekt mit der Planung beauftragt wurde, von dessen Bekanntheit eine Stadt profitieren kann. In Boston ermöglichte der durchgeführte Architekturwettbewerb vielmehr den bis dahin nahezu unbekannten Architekten *Kallmann, McKinnell & Knowles* den Karrierestart.

Mittels ihrer Architekturzeichnungen waren *Kallmann, McKinnell & Knowles* an der erfolgreichen Wiederbelebung einer wirtschaftlich angeschlagenen Stadt zumindest mitbeteiligt.

4.2.1 „The New Boston“ als Urban Renewal Projekt

Zahlreiche US-amerikanische Stadtzentren waren Ende des Zweiten Weltkriegs in desolatem Zustand, da seit den späten 1920ern kaum noch in Neubauten investiert worden war – zunächst als Folge der Weltwirtschaftskrise, dann aufgrund stagnierender Bautätigkeit während des Zweiten Weltkriegs.⁵⁷³ Suburbanisierungsprozesse wirkten sich zusätzlich auf eine Vernachlässigung der Stadtzentren aus. Durch Maßnahmen des New Deal zur Belebung der Bauindustrie seit den 1930er Jahren⁵⁷⁴ oder der GI Bill nach Ende des Zweiten Weltkriegs⁵⁷⁵ wurden Eigenheime staatlich bezuschusst, was zur Abwanderung der Wohnbevölkerung aus den Innenstädten führte. Überdies litt der innerstädtische Einzelhandel unter der Errichtung dezentraler Einkaufszentren.⁵⁷⁶ Auch Firmensitze wanderten in suburbane Regionen ab, wodurch die Steuereinnahmen der Innenstadtbezirke weiter sanken, was wiederum Sparmaßnahmen bei der Bauinstandhaltung zur Folge hatten.⁵⁷⁷ Hinzu kamen sinkende Nutzerzahlen des öffentlichen Nahverkehrs. Der Individualverkehr dagegen florierte, wodurch die Innenstädte, die für den Autoverkehr nur bedingt ausgelegt waren, weniger frequentiert wurden.⁵⁷⁸

Damit verzeichneten US-amerikanische Städte in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts den größten Suburbanisierungsprozess in der Geschichte der USA. In dieser Situation bedienten sich zahlreiche US-amerikanische Städte der staatlichen Fördergelder für Urban-Renewal-Programme. Mit den Housing Acts von 1949 und 1954 war es möglich geworden, heruntergekommene Wohnareale mit diesen Geldern aufzukaufen und zu sanieren. Das Planungsziel bestand bei diesen Modernisierungsprojekten weniger in der Bereitstellung von Wohnraum, als vielmehr in der wirtschaftlichen Wiederbelebung der

573 Birch, Eugénie L.: Downtown in the ‚New American City‘, in: The Annals of the American Academy of Political and Social Science 626 (2009), S. 134–153, S.138.

574 Frieden, Bernard J. /Sagalyn, Lynne B.: Downtown, Inc. How America Rebuilds Cities, Cambridge/London 1989, S. 11.

575 Adams, Willi P.: Die USA im 20. Jahrhundert, München 2012, S. 83.

576 Gelernter, Mark: A History of American Architecture. Buildings in their Cultural and Technological Context, Hanover 1999, S. 272.

577 Birch 2009, S.138.

578 Frieden/Sagalyn 1989, S. 12.

Stadtzentren.⁵⁷⁹ Somit wurden durch Investitionen der Kommunen allerorts Altbauviertel aufgekauft, abgerissen und somit günstiger Wohnraum vernichtet. Die staatlich geförderten Sanierungsmaßnahmen lagen zum einen im Interesse etablierter Firmen der Downtowns, zum anderen sollte damit die Ansiedlung neuer Unternehmen begünstigt werden.⁵⁸⁰

Die Entwicklungsgeschichte US-amerikanischer Innenstädte war maßgeblich von lokalen Business-Eliten geprägt, die dort den Großteil der Grundstücke und Bauten besaßen. Daher hatten sie auch ein besonders großes Interesse daran, diese Innenstadtteile vor ihrem zunehmenden Verfall zu bewahren. So waren sie den staatlich finanzierten Sanierungsmaßnahmen gegenüber durchaus positiv eingestellt. Neben Staat und lokaler Business-Elite unterstützten in der Regel noch progressive Bürgermeister die Umbauprogramme, die den Städten zu Wirtschaftsaufschwung und gesellschaftlicher Bedeutung verhelfen wollten.⁵⁸¹ Auch die Architektenschaft begrüßte die neuerliche Wertschätzung der Stadtzentren. 1951 hatte der CIAM sein achttes Treffen dem „Heart of the City“ gewidmet. Hier wurde Stadtzentren als öffentlichem Raum fundamentale Bedeutung für das Funktionieren einer demokratischen Gesellschaft zugeschrieben. Aus diesem Grund wurde auch dafür plädiert, ihre Modernisierung nicht allein privaten Unternehmen zu überlassen. Vielmehr sei dies ein „government job“.⁵⁸²

Boston ist ein durchaus typisches Beispiel für die beschriebene Entwicklung US-amerikanischer Städte. Auch die Bostoner Innenstadt war geprägt von wirtschaftlichem Niedergang und physischem Verfall.⁵⁸³ Als eine der „great american cities“ erlebte die Stadt in den 1950er Jahren erstmals eine Bevölkerungsabnahme.⁵⁸⁴ Ein Großteil der Geschäfte, Warenhäuser und Firmenzentralen zog sich auch hier aus dem Zentrum zurück und wanderte in Randbezirke oder andere Städte ab. In der Folge sanken die Steuereinnahmen, der Stadt standen weniger Finanzmittel zur Verfügung und Bostons Innenstadt verwaarloste zunehmend.⁵⁸⁵

579 Hall, Peter: *Cities of Tomorrow. An Intellectual History of Urban Planning and Design Since 1880*, Malden ³2002, S. 248.

580 Ebd., S. 249.

581 Strom, Elizabeth: *Rethinking the Politics of Downtown Development*, in: *Journal of Urban Affairs* 30 (2008/1), S. 37–61, S. 37.

582 Sert, José Luis: *Centres of Community Life*, in: Tyrwhitt, Jaqueline /Sert, Josep Lluís /Rogers, Ernesto (Hgg.): *The Heart of the City: Towards the Humanisation of Urban Life*, New York 1952, S. 11. Zitiert nach: Mumford, Eric P.: *The CIAM Discourse on Urbanism, 1928–1960*, Cambridge, 2000, S. 206.

583 Mollenkopf, John H.: *The Contested City*, Princeton 1983, S. 147.

584 Hall 2002, S. 319.

585 O'Connor, Thomas H.: *Building a New Boston. Politics and Urban Renewal 1950–1970*, Boston 1993, S. 72.

In dieser Ausgangslage kandidierte der Bürgermeisterkandidat John B. Hynes 1949 mit dem zentralen Wahlversprechen, ein „New Boston“ zu schaffen und diese misslichen Zustände zu beseitigen. Seine Kampagne war erfolgreich und mit seinem Amtsantritt 1950 begann er, seine Ankündigungen in die Tat umzusetzen und erste Modernisierungsprogramme in Angriff zu nehmen. Im Zuge dessen veränderte sich Bostons Stadtbild wie in so vielen anderen US-amerikanischen Städten der Nachkriegszeit auf radikale Weise. In den 1950er Jahren erfolgte zunächst die Modernisierung des Arbeiterviertels West End,⁵⁸⁶ das in den 1960er Jahren durch die Urban Renewal-Kritik des Soziologen Herbert Gans Berühmtheit erlangen sollte.⁵⁸⁷ Ebenfalls in den 1950ern mussten zahlreiche Wohn- und Geschäftsbauten des historischen Altbauviertels North End dem Bau einer neuen Schnellstraße zur Verkehrsentslastung der Innenstadt weichen.⁵⁸⁸

Der eigentliche Stadtumbau hatte damit aber erst begonnen. Hynes Nachfolger John F. Collins, der das Bürgermeisteramt 1960 übernahm, sollte ihn auf ebenso enthusiastische Weise weiterführen. Zentrales Gewicht kam dabei einem neu geplanten Government Center zu, das schon Hynes vor Augen gehabt hatte. Dieses neue Regierungsviertel sollte Verwaltungsbauten der Stadt, des Bundesstaats und der Bundesregierung beheimaten. Zur Verwirklichung mussten große Teile der Altstadt, insbesondere der zentrale Scollay Square, weichen. In unmittelbarer Nähe zum Hafen gelegen, war das Viertel geprägt von Burlesque Bars, Spelunken, Tattoostudios, Kinos und Varietés. Aufgrund der heruntergekommenen Bausubstanz galt es vielen als Schandfleck Bostons, der sich besonders für einen ersehnten Neuanfang anbot.⁵⁸⁹

Die Modernisierung des Baubestands und die Errichtung neuer Bauten und ganzer Stadtteile sollte gleichermaßen wirtschaftlichen Aufschwung bringen wie politische Größe repräsentieren. Insbesondere der Boston City Hall als Sitz einer neuen, bürgernahen Stadtregierung kam symbolische Bedeutung zu. In den Worten des Historikers Thomas H. O'Connor hatte das neue Rathaus die Aufgabe „to dramatize the transformation of a run-down old town into a bright New Boston.“⁵⁹⁰ Die Boston City Hall ersetzte nicht nur das alte Rathaus, sondern repräsentierte auch einen politischen Richtungswechsel. Denn was in Boston staatliche Förderung wie auch private Investitionen bis 1950 erschwert

586 Hall 2002, S. 252; O'Connor 1993, S. 71.

587 Gans, Herbert: *The Urban Villagers: Group and Class in the Life of Italian-Americans*, New York 1962.

588 O'Connor 1993, S. 84f.

589 Ebd., S. 72, 141.

590 O'Connor 2005, S.423.

hatte, war der skandalumwitterte Ruf der Stadt unter Bürgermeister James M. Curley, der in Boston eine für die USA typische ‚political machine‘ installiert hatte.⁵⁹¹ Zwischen 1914 und 1950 hatte er mit Unterbrechungen vier Amtszeiten lang die Geschicke Bostons gelenkt.⁵⁹² In dieser Zeit galt Boston als Stadt der Korruption und Misswirtschaft, was die erfolgreiche Bewerbung um Fördergelder des New Deals erschwerte.⁵⁹³ Und auch zur lokalen Business-Elite hatte er ein eher feindliches Verhältnis gepflegt.⁵⁹⁴

Mit dem Bürgermeisterwechsel 1950 brach diesbezüglich eine neue Zeit an, was John B. Hynes während seines Wahlkampfes auch unablässig wiederholt hatte. Er konnte sich deutlich von der Vetternwirtschaft seines Vorgängers distanzieren und mit seiner Vision eines „New Boston“ die Wähler überzeugen.⁵⁹⁵ Für die nächsten zwei Jahrzehnte wurde dieses Bild des Neuanfangs auf politischer, ökonomischer und baulicher Ebene prägend. Für insgesamt drei Bürgermeister stellte der Stadtumbau und Rathausneubau einen zentralen Punkte der politischen Agenda dar: Hynes tat sich ab Mitte der 1950er Jahre als Initiator des Gesamtprojekts hervor, der erste Vorplanungen einleitete. Sein Nachfolger Collins übernahm das Projekt mit seinem Amtsantritt 1960. In Collins Amtszeit fiel auch die medienwirksame Veranstaltung eines Architekturwettbewerbs sowie der Baubeginn. Doch erst Collins Nachfolger Kevin H. White sollte ein Jahr nach seiner Übernahme des Bürgermeisteramts 1968 die Eröffnungsfeierlichkeiten leiten und in den fertigen Bau einziehen.

4.2.2 Beteiligte Planungsbehörden und Beauftragung externer Experten

Wichtigste und einflussreichste Institution für den gesamten Stadtumbauprozess stellte die 1957 eigens geschaffene *Boston Redevelopment Authority* (BRA) dar. Als übergeordnete Behörde koordinierte sie das gesamte Unternehmen, innerhalb dessen die Boston City Hall nur einen kleinen, wenn auch symbolträchtigen, Teil darstellte. Hauptaufgabe der BRA war zunächst einmal die Kommunikation mit der Bundesregierung und die Bewerbung um staatliche Fördergelder,⁵⁹⁶ mit denen zwei Drittel des gesamten Stadtumbaus finanziert

591 Ebd., S. 421.

592 Mollenkopf 1983, S. 149.

593 Sirman, Brian M.: *Concrete Changes: Architecture, Politics, and the Design of Boston City Hall*, Amherst 2018, S. 15; O'Connor 1993, S. 10.

594 Sirman 2018, S. 16; O'Connor 1993, S. 42ff.

595 Ebd., S. 16.

596 Eingereicht wurde die Bewerbung 1960 und finanziert wurde der

wurden.⁵⁹⁷ In dieser Funktion war zunächst die *Boston Housing Authority* tätig gewesen,⁵⁹⁸ die mit finanzieller und rechtlicher Beihilfe des Staates erste desolate Immobilien zu geringen Preisen aufgekauft, abgerissen und die Grundstücke dann an Investoren weiter verkauft hatte.⁵⁹⁹ Für den Erfolg der großangelegten Modernisierungspläne Bostons hatten es Lokal- und Bundespolitiker jedoch als unumgänglich erachtet, eine professionelle, größtenteils unabhängige und von Fachleuten besetzte Institution zu schaffen, was zur Gründung der BRA führte.⁶⁰⁰ Insbesondere sollte diese Maßnahme Distanz zur korruptionsanfälligen Lokalpolitik sicherstellen. Darum übernahm die BRA 1960 auch Zuständigkeiten, für die bis dahin das *City Planning Board* (CPB) verantwortlich gewesen war.⁶⁰¹ Die Aufgaben der BRA umfassten daher die Zusammenführung und Kontrolle der zahlreichen Teilprojekte des geplanten Stadtumbaus, deren Überführung in eine Gesamtstrategie und die daraus resultierende Erarbeitung eines umfassenden Masterplans sowie die Baulandbeschaffung der unterschiedlichen Bauareale.

Um der BRA zum gewünschten Erfolg und Ansehen zu verhelfen, verpflichtete Hynes Nachfolger John F. Collins 1960 Edward J. Logue als dessen Leiter.⁶⁰² Logue galt als Urban-Renewal-Experte,⁶⁰³ da er in den Jahren zuvor bereits die Stadtsanierung in New Haven koordiniert hatte, wo er sich insbesondere durch die erfolgreiche Einwerbung staatlicher Gelder in nie gekannter Höhe ausgezeichnet hatte. Und auch in Boston versprach er, mit ähnlichen Mitteln der bereits seit längerem anhaltenden wirtschaftlichen Stagnation ein Ende zu bereiten, wobei auch er stark auf die Zusammenarbeit mit lokalen Wirtschaftsunternehmen setzte.⁶⁰⁴ New Haven war für Logue durchaus keine reine Erfolgsgeschichte gewesen, da sich dort aufgrund fehlender Ansiedlung von Einzelhandel kein lebhaftes Innenstadtviertel entwickeln wollte. Logue hatte daraus den Schluss gezogen, bei seinem nächsten Projekt in Boston, einen engeren Austausch mit Unternehmern suchen zu wollen.⁶⁰⁵

597 Boston Redevelopment Authority: The 90 Million Dollar Development Program, in: City Record, 24.09.1960, S. 753–774, S. 755.

598 Mollenkopf 1983, S. 148.

599 O'Connor 1993, S. 75f

600 Ebd., S. 127.

601 BPL/M3.B16/GOV/S1/1960, S. 3, GCC Annual Report vom 31.12.1960.

602 O'Connor 1993, S. 173

603 Cohen, Lizbeth: Buying into Downtown Revival: The Centrality of Retail to Postwar Urban Renewal in American Cities, in: The Annals of the American Academy of Political and Social Science 611 (2007), S. 82–95, S. 82.

604 Ebd., S. 84.

605 Ebd., S. 89.

So erhielten lokale Geschäftsmänner die Verantwortung für die Planungen von Waterfront und Central Business District.⁶⁰⁶ Sie agierten in Form des 1962 gegründeten *Committee for the Central Business District* (CCBD) in Vertretung der *Greater Boston Chamber of Commerce*.⁶⁰⁷ Konzipiert als „non-profit corporation“⁶⁰⁸ setzte sich das CCBD aus 75 Mitgliedern lokaler Unternehmen zusammen. Ein Vertrag zwischen Bürgermeister, BRA und CCBD – respektive John F. Collins, Edward J. Louge und Charles A. Coolidge – vom 16.08.1962 legte die Details der Verbindungen fest und illustriert den Einfluss, den die lokale Business-Elite ausübte. So wurde hier festgelegt, dass die von der BRA erarbeitete Bewerbung um staatliche Fördergelder vom CCBD kontrolliert werden dürfe und dass die Beauftragung der nötigen Stadtplaner und auch alle anderen Experten wie Verkehrsplaner oder Marktanalysten mit dem CCBD abgesprochen werde.⁶⁰⁹

Innerhalb des Stadtrats setzte sich mit der Etablierung des *Committee on Urban Redevelopment, Rehabilitation and Renewal* am 14. Januar 1957 erstmals offiziell ein fünfköpfiges Team von städtischen Beamten mit dem Projekt auseinander.⁶¹⁰ Als wichtigster, weil symbolträchtigster Teil der Stadterneuerung wurde von Lokalpolitikern das Government Center betrachtet, weshalb an dieser Stelle die Kommunalregierung auch den größten Einfluss auszuüben gedachte. Die konkrete Planung des Areals wurde zunächst maßgeblich vom bereits bestehenden CPB übernommen.⁶¹¹ Da die BRA weder ausreichende finanzielle noch personelle Mittel besaß, um die Ausarbeitung des neuen Zentrums für die Lokalregierung voranzutreiben, wurde im Januar 1958 beim Stadtrat ein Vorschuss von 100.000 \$ beantragt, damit das CPB externe Planer mit einer Vorstudie beauftragen könne.⁶¹² Auch im folgenden Jahr schien die BRA dem Government Center zunächst nur geringe Aufmerksamkeit entgegenzubringen, worüber sich das CPB einigermaßen enttäuscht zeigte und sich in der Folge selbst weiter darum kümmerte.⁶¹³

Architektonisch sollten sich im Herzstück des Neuen Bostons drei Regierungsebenen präsentieren. Die City Hall der Stadtregierung hatte sich hier gegen das Federal Building der Bundesregierung und das State Office Building des Bundesstaates Massachusetts zu behaupten. Für die Umsetzung mussten zunächst einmal die Regierungsvertreter des

606 O'Connor 1993, S. 193.

607 Cohen 2007, S. 89.

608 BPL/BRA/1435, Central Business District Memorandum of Understanding vom 16.08.1962.

609 Ebd.

610 BCA/0100/001/IIIA-93-94, S. 11, City Council Proceedings vom 14.01.1957.

611 BCA/0100/001/IIIA-95-96, S. 9, 270, City Council Proceedings vom 13.01.1958 und 28.07.1958.

612 BCA/0100/001/IIIA-95-96, S. 55, City Council Proceedings vom 03.02.1958.

613 BCA/0200/0244/Box#299/17-19, CPB Minutes vom 07.07.1959, S. 3.

Bundesstaates Massachusetts und der Bundesregierung in Washington überzeugt werden, einen solchen Neubau im Areal zu finanzieren.⁶¹⁴ Am 14. Oktober 1958 gab Bürgermeister Hynes im Stadtrat bekannt, dass alle Beteiligten als Unterstützer der Planungen gewonnen seien und nun alle drei Projekte am gewünschten Standort ein gemeinsames Regierungsviertel bilden könnten. Außerdem müsse nun möglichst schnell eine eigene Kommission gegründet werden, die ein Projekt „of harmonious design and of lasting utility and beauty“⁶¹⁵ sicherstellen könne.

Diese Rolle übernahm die 1959 gegründete *Government Center Commission* (GCC), die die Planung des neuen Regierungsviertels gemeinsam mit der BRA koordinierte. Darüber hinaus war sie mit weitreichender Autonomie für Planung und Baudurchführung der Boston City Hall verantwortlich. Das Grundkonzept des Government Centers und der City Hall wurde also zunächst maßgeblich vom CPB entwickelt, dessen Aufgaben aber Schritt für Schritt von BRA und GCC übernommen wurden.

Vertreten waren im GCC jeweils die Vorsitzenden des CPB, der städtischen Verwaltung (*Administrative Services*), des Bauamts (*Public Works*), des Bauunternehmerverbands (*Associated General Contractors of Massachusetts*), des Baugewerbsrats (*Building Trade Council of Boston*) und des lokalen Architektenvereins (*Boston Society of Architects*).⁶¹⁶ Auch in der personellen Besetzung des Gremiums spiegelte sich damit die Zusammensetzung aus Experten, Politikern und Unternehmern wieder, die den gesamten Stadtbau prägte.

Für die Entscheidungsträger waren ästhetische Qualitätsstandards von herausragender Bedeutung. Der Stadtbau sollte besonders auch in architektonischer Hinsicht erfolgreich und zukunftsweisend sein. Edward Logue formulierte die Rolle der Architektur folgendermaßen:

„It is entirely possible to rebuild Boston in an unattractive, unimaginative way which will make people wonder whether the new is in fact better than the old. This can be avoided with sufficient forethought and courage. It is the function of distinguished architecture and imaginative civic design to see that beauty is the hallmark of the renewed city.“⁶¹⁷

614 BCA/0100/001/IIIA-95-96, S. 277, City Council Proceedings vom 16.06.1958.

615 BCA/0100/001/IIIA-95-96, S. 513, City Council Proceedings vom 14.10.1958.

616 BPL/GOVDOC/BRA/4457/NO.624, Act Providing for the Construction by the City of Boston of a New City Hall.

617 Boston Redevelopment Authority: *Seven Years of Progress. A Final Report* by Edward J. Logue, Development Administrator, Boston 1967. Zitiert nach: Whitehill/Kennedy 2000, S. 204.

Das Government Center sollte ein belebtes Viertel werden, das sich aus einer Mischung von Regierungsbauten, Firmensitzen und Kleinunternehmen zusammensetzte, optimiert nicht nur für den bereits bestehenden U-Bahnverkehr, sondern auch für Fußgänger und insbesondere den Autoverkehr. Betont wurde bei alldem „the visual prominence of the city hall“⁶¹⁸ und die große Bedeutung dieses Baus für das gesamte Projekt. Der Architektur wurde gewissermaßen eine Schlüsselfunktion für den Erfolg der Planungen in der Praxis zugeschrieben:

„The city hall, as the seat of government, is considered to be the principal symbolic building. [...] The architectural design of the city hall will indeed be crucial to the success of the whole, and should be attended with great care.“⁶¹⁹

Wie schon die BRA als unabhängige Koordinationsinstanz gegründet worden war, um der Öffentlichkeit eine Durchführung frei von politischer Einflussnahme garantieren zu können, wurden auch Planungsaufgaben in der Regel an externe Experten vergeben.⁶²⁰ Diverse Architekten waren während des gesamten Planungsprozesses in beratender Funktion tätig. Die *Boston Society of Architects* beispielsweise war als lokaler Architektenverein insofern eng in die Projektplanungen eingebunden, als sie in regelmäßigem Kontakt mit der BRA stand, um einzelne Gebäude nach ihrer ästhetischen Qualität zu beurteilen.⁶²¹ Logue sah als Leiter der BRA die gewünschte Schönheit der neuen Stadt dadurch sichergestellt, dass er mit der Gründung eines *Design Advisory Committee* ein unbezahltes Team anerkannter Architekten beauftragte,⁶²² die in Boston arbeiteten und lebten. Sie trafen sich einmal im Monat, um die Einzelprojekte der BRA zu besprechen und zu bewerten.⁶²³ In ihrer Rolle als Experten oblag den beteiligten Architekten somit die ästhetische Qualitätssicherung.

Architekten waren insbesondere auch in der GCC vertreten, die sich als hauptverantwortliche Organisationseinheit mit allen Belangen der Boston City Hall beschäftigte. Die Gründung der GCC wurde in der Presse als Erfolg des ganzen

618 BCA/0200/0244/Box#147/1-15, Adams, Howard & Greeley /Anderson, Beckwith & Haible /Sasaki, Walker & Associates/ Lynch, Kevin /Myer, John R. /Spreiregen, Paul D.: Government Center – Boston, Vorstudie für das CPB, 1959, S. 6.

619 Ebd., S. 17.

620 O'Connor 2005, S. 423.

621 O'Connor 1993, S. 194.

622 Zu diesem Team gehörten die Architekten Hugh Stubbins, José Luis Sert, Lawrence B. Anderson, Pietro Belluschi und Nelson W. Aldrich. Siehe: Whitehill/Kennedy 2000, S. 348, Fußnote 14.

623 Ebd.

Unterfangens und Startpunkt weiterer Entwicklungen gewertet: „This is progress“⁶²⁴ verkündete der *Boston Herald*, wo das Projekt als „once in a lifetime opportunity“⁶²⁵ betrachtet wurde. Der Zeitungsartikel legt außerdem nahe, dass eine ähnliche Aufbruchsstimmung auch unter Architekten herrschte, denn es wurde weiter ausgeführt, dass sich das *Architects Collaborative* unverzüglich an die Ausarbeitung eines „dream plan“⁶²⁶ gemacht habe. Das Architektenkollektiv, in dem auch Walter Gropius Mitglied war, sollte später den Planungsauftrag für das Federal Building erhalten. Das State Office Building wiederum wurde mit Paul Rudolph von einer weiteren Größe der Architekturgeschichte umgesetzt.

Anders als in Großbritannien, wo derartige Großprojekte zu dieser Zeit meist von kommunalen oder städtischen Planungsbüros übernommen wurden, sorgten derlei Projekte im US-amerikanischen Kontext für eine günstige Auftragslage von freiberuflichen Architekten und Stadtplanern. Und so brachte auch der Stadtumbau Bostons einigen freiberuflich tätigen Architekten lukrative Aufträge ein: Die BRA vergab einzelne Aufgaben wie eine Raumbedarfsberechnung⁶²⁷ und eine Kostenschätzung⁶²⁸ an externe Fachplaner. Die Erstellung eines Masterplans wurde an den Architekten I. M. Pei vergeben.⁶²⁹ Ebenso beauftragten die Lokalunternehmer des CCBD für den unter ihrer Aufsicht entwickelten Central Business District mit Victor Gruen einen renommierten Experten auf dem Gebiet der Stadtplanung.⁶³⁰ Und das CPB übergab den Auftrag für die Vorplanungen des Government Center einer Gruppe von Stadt-, Landschafts-, Verkehrsplanern und Architekten, unter denen sich auch Kevin Lynch befand.⁶³¹

Die Aussicht auf ein ‚New Boston‘, dem baulicher Ausdruck verliehen werden sollte, versetzte naturgemäß gerade Architekten in Aufbruchsstimmung. In den Rezessionsjahren der 1930er und 1940er mit ihrer geringen Bautätigkeit hatten Architekten bereits verschiedene Entwürfe für Boston ausgearbeitet. Schon die Vision eines ‚New Boston‘ selbst ging auf eine ganze Reihe von Vorschlägen zur Stadterneuerung der *Boston Society*

624 Harmonious Design, in: Boston Herald, 20.10.1958, S.14.

625 Ebd.

626 Ebd.

627 BPL/BRA/2357, Real Estate Research Corporation: Office Space Market Analysis. Government Center Boston, Juni 1961, <https://archive.org/details/officespacemarke00real> [Zugriff: 19.07.2017].

628 BPL/BRA/1257, I. M. Pei & Associates: Government Center Boston. Urban Renewal Project, 30.06.1961, <https://archive.org/details/governmentcenter1961bost> [Zugriff: 19.07.2017].

629 Whitehill/Kennedy 2000, S. 204.

630 BPL/BRA/2984, Victor Gruen Associates: Stage One Report Boston Massachusetts, <https://archive.org/details/stageireporttoco00vict> [Zugriff: 19.07.2017].

631 BCA/0200/0244/Box#147/1-15, Adams, Howard & Greeley u.a.: Government Center – Boston, Vorstudie für das CPB, 1959.

of Architects zurück, die der lokale Architektenverein bereits 1907 publik gemacht hatte.⁶³² 1930 hatte zudem der Architekt William Stanley Parker empfohlen, ein Government Center an genau dem Ort zu errichten, der nun auch in den aktuellen Planungen vorgesehen war.⁶³³ Und 1944 hatte die *Boston Society of Architects* einen Ideenwettbewerb ausgerufen, mit dem sie einmal mehr die Möglichkeit eines Gestaltwandels ihrer Stadt in die öffentliche Debatte eingebracht hatte.⁶³⁴ Durch den neuerlichen Aktionismus der Lokalpolitik bekamen all diese Ideen nun Aktualität.

4.2.3 Öffentlichkeitsarbeit als Teil des Planungsprozesses

Die Akten der Stadtverwaltung und des Bürgermeisters legen die Vermutung nahe, dass die Generierung öffentlicher Aufmerksamkeit von Beginn an einen festen Bestandteil des Urban-Renewal-Projekts darstellte. Um die Stadt Boston als Wirtschaftsstandort für Investoren und Unternehmen interessant zu machen war es unabdingbar, die geplante Modernisierung auch publik zu machen. Öffentlichkeitsarbeit hatte schon Hynes 1956 als zentrales Mittel betrachtet, um dem schlechten Image der Stadt entgegenzuwirken. So hatte er nach geeigneten Public Relations Agenturen Ausschau gehalten und den Erfahrungsaustausch über solche Tätigkeiten mit anderen Kommunen gesucht.⁶³⁵ Wenn auch solch ein PR-Experte – zumindest soweit aus den Quellen ersichtlich – nie eingestellt wurde, so lassen sich PR-Bemühungen in dieser Richtung für den gesamten Untersuchungszeitraum nachweisen. Die baulichen Veränderungen verstand Hynes explizit als Teilelement eines „promotion program for Boston“.⁶³⁶ Aufgabe eines solchen Werbeprogramms war es nach Ansicht des Stadtrats, „to keeping the business we now have in our City and promoting and encouraging new enterprise to come into our City“.⁶³⁷ Insbesondere in Presse, Radio und Fernsehen sollte Boston von seiner besten Seite dargestellt werden.⁶³⁸ Zu diesem Zweck wurde auch ein Film mit dem Titel „This Is Your City“ im lokalen Fernsehsender *Westinghouse Broadcasting Company* gezeigt.⁶³⁹ Außerdem setzten sich die Mitglieder der BRA bei ihrer Gründung 1957 aus Wirtschafts- und Immobilienexperten wie auch aus mehreren Herausgebern lokaler Zeitungen

632 O'Connor 1993, S. 68.

633 Whitehill/Kennedy 2000, S. 201.

634 O'Connor 1993, S. 71.

635 BCA/0300/3/F/092, Public Relations (1956), Akte des City Clerks.

636 Ebd., Brief von John B. Hynes an Gabriel F. Piemonte vom 14.02.1956.

637 BCA/0100.001/IIIA-91-92, S. 16, City Council Proceedings vom 16.01.1956.

638 Ebd., S. 104, City Council Proceedings vom 09.04.1956.

639 Ebd.

zusammen, womit Hynes von Beginn an sicherstellen wollte, dass das Projekt die notwendige Aufmerksamkeit bekam.⁶⁴⁰ Ebenso wie Hynes Ende der 1950er Jahre nach einem Experten für Öffentlichkeitsarbeit suchte, tat dies auch Logue 1962 als Leiter der BRA. Er prüfte ebenfalls geeignete Kandidaten.⁶⁴¹ Und Hynes Nachfolger Collins ließ durch den Personalbeauftragten Frank P. McDonough evaluieren, welche Erfahrungen andere Städte mit Public Relations und und PR-Agenten gemacht hatten.⁶⁴² Nicht nur die Stadtverwaltung bemühte sich um ein Stadtmarketing, sondern Öffentlichkeitsarbeit wurde auf ganz unterschiedlichen Ebenen betrieben.

Um dem Stadtumbau Bostons öffentliche Aufmerksamkeit zu verschaffen wurden verschiedene Werbebroschüren erstellt. So finanzierten 1960 beispielsweise mehrere lokale Werbefirmen die Broschüre „Boston – A City Rolls Up Its Sleeves“.⁶⁴³ Und auch das *Greater Boston Chamber of Commerce* arbeitete gemeinsam mit dem *Advertising Club* als regionalem Berufsverband der Marketing-, Kommunikations- und Werbetreibenden. Aus dieser Zusammenarbeit entstand ein „marketing book“⁶⁴⁴ mit dem Titel „The New Boston – Its People – Its Places – Its Potentials“, das im März 1962 feierlich der Öffentlichkeit vorgestellt wurde.⁶⁴⁵ Finanziert wurde es von zwanzig lokal ansässigen Unternehmen, die 1962 eine erste Auflage von 30.000 Stück ermöglichten.⁶⁴⁶ In der Selbsteinschätzung der beteiligten Akteure kam diese Publikation hervorragend an und verschaffte Boston ein neues positives „image of administrative renewal, resourceful progress, and desired accomplishment in an expanding national economy“.⁶⁴⁷

640 O'Connor 1993, S. 128.

641 BCA/0200/0244/Box#319/3, Brief von Logue an Thomas Whinship vom 13.07.1962; Brief von Logue an Collins vom 17.07.1962; Brief von Logue an Collins vom 14.09.1962.

642 BCA/0200/0244/Box#195/4, Briefe an Frank P. McDonough von diversen Personen: James J. Reilly (City of New York) am 21.09.1962; Edward J. Nowak (City of Detroit) am 24.09.1964; John R. James (County of Los Angeles) am 17.09.1964; Charles A. Pounian (City of Chicago) vom 25.09.1964; Robert A. Gross (City St. Louis) am 08.09.1964; Warren F. Braaz (City of Milwaukee) am 17.09.1964; W. D. Heisel (City of Cincinnati) am 08.09.1964.

643 Boston Redevelopment Authority: The 90 Million Dollar Development Program, in: City Record, 24.09.1960, S. 753–774, S. 760.

644 BCA/0200/0244/Box#351/8-10, Brief von John F. Collins an den New Yorker Bürgermeister Robert F. Wagner vom 16.02.1962, Einladung zur Buchvorstellung „The New Boston – Its People – Its Places – Its Potentials“ am 8. März 1962.

645 Ebd.

646 BCA/0200/0244/Box#351/8-10, Notes for Mayor Collins for Monday meeting of the original sponsors of the New Boston Marketing Book, undatiert; BCA/0200/0244/Box#351/8-10, Brief von Collins an den New Yorker Bürgermeister Robert F. Wagner vom 16.02.1962, Einladung zur offiziellen Veröffentlichung des Marketing Books „The New Boston. Its People, Its Places, Its Potentials“ am 08.03.1962.

647 BCA/0200/0244/Box#351/8-10, Brief von John F. Collins an James M. Connolly (Präsident des Advertising Club of Boston) vom 23.03.1962.

Für eine zweite Auflage im Jahr 1963 kontaktierte das Büro des Bürgermeisters im Februar 1963 weitere Lokalunternehmer⁶⁴⁸ und forderte diese auf, den Neudruck durch eine Vorabbestellung zu ermöglichen. Zu diesem Zweck wurde ein Anschreiben an die Firmeneigentümer verfasst, das den Erfolg des Buches und seine PR-Funktion unterstrich:

„It has been called ‚the most effective marketing tool Boston has had‘, and everyone who has seen it has been most enthusiastic. [...] The book has great public relations value, spelling out the elements that make Greater Boston a most desirable location for investment, product distribution and new industrial and commercial building.“⁶⁴⁹

Je nach Anzahl der bestellten Exemplare kostete ein Buch zwischen 3 \$ (bis 25 Exemplare) und 1,50 \$ (ab 1.000 Exemplare), wobei die bestellten Ausgaben durch den Aufdruck des jeweiligen Firmennamens personalisiert werden konnten.⁶⁵⁰ Damit stellte das Marketing Book eine Möglichkeit dar, einzelne Unternehmen wie gleichzeitig auch den Wirtschaftsstandort Boston zu bewerben.

Als Informationsbroschüre für potentielle Investoren präsentierte „The New Boston – Its People – Its Places – Its Potentials“ auf fünfunddreißig Seiten die wichtigsten Vorzüge der Stadt für Unternehmen auf der Suche nach einem geeigneten Standort heraus.⁶⁵¹ So wurde zunächst der hohe Bildungsstand einer mehrheitlich weißen Bevölkerung betont, sowie das gute Angebot an Fachkräften, die anerkannte Bedeutung als Forschungsstandort und die hervorragende verkehrs- und versorgungstechnische Anbindung Bostons herausgestellt.⁶⁵² Gleichmaßen beworben wurde die hohe Lebensqualität der Stadt, die modernen Arbeits- und Wohnbedingungen, ein vielfältiges Sport- und Kulturangebot und eine sich bietende Auswahl an Schulen und Universitäten, Kirchen, Krankenhäusern und Einkaufsmöglichkeiten.⁶⁵³ Neben einem Hinweis auf bereits vorhandene Strukturen wurden auch die zahlreichen Neubauprojekte und Entwicklungspläne der Stadt vorgestellt. Die erste Auflage des „marketing books“ erschien nur wenige Monate bevor der Entwurf

648 BCA/0200/0244/Box#351/8-10, Diverse Anschreiben vom 27.03.1963.

649 BCA/0200/0244/Box#351/8-10, Anschreiben von Ephron Catlin (Vorsitzender des Chamber of Commerce) und James M. Connolly (Präsident des Advertising Club of Boston) an die Mitglieder der Chamber of Commerce, undatiert.

650 Ebd.

651 LOC/HC108.B65/G74/1960Z, Boston Greater Chamber of Commerce: The New Boston – Its People – Its Places – Its Potentials, Boston 1963, S. 8.

652 Ebd., S. 22–30.

653 Ebd., S. 11–19.

für die Boston City Hall bekanntgegeben wurde, der im Rahmen eines Architekturwettbewerbs entstanden war. Erst in der zweiten Auflage konnten damit auch Abbildungen der Boston City Hall abgedruckt werden.⁶⁵⁴

Die Archivquellen der Stadtverwaltung, der Planungsbehörden und Koordinationsstellen verdeutlichen, dass die Generierung öffentlicher Aufmerksamkeit wichtiger Bestandteil der Stadterneuerung war. Die Korrespondenz mit anderen Städten zeigt, dass professionelles Stadtmarketing in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts weit verbreitet war und Boston diesbezüglich keinen Sonderfall darstellte. Gerade hier hatte sich die PR-Branche schon früh etabliert, denn in Boston war mit dem Publicity Bureau Boston bereits im Jahr 1900 eine der ersten erfolgreichen PR-Agenturen entstanden.⁶⁵⁵ Von ehemaligen Journalisten gegründet, erlangte das Unternehmen bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts eine Reputation als Spin Doctor, da es für Firmen wie AT&T erfolgreich Presseartikel in nationalen Zeitungen platzieren konnte.⁶⁵⁶ In der US-amerikanischen Wahrnehmung vermarkteten Werbefirmen nicht nur Produkte, sondern agierten auch als „Werber für Ideen und Institutionen“.⁶⁵⁷ Die Entwicklung der PR-Branche galt daher als unabdingbar in einer Gesellschaft „which relied on mass media for communication“.⁶⁵⁸

Insbesondere unter Bürgermeister Collins betrieb Boston ein intensives Stadtmarketing. Die Imagestrategie zielte dabei auf die Inszenierung der Gegensätze von Altem und Neuem. So wurde „Boston’s Second Revolution“⁶⁵⁹ ausgerufen und damit einerseits an die vergangene Größe und historische Bedeutung der Stadt angeknüpft, während die Modernisierungspläne andererseits einen Ausblick auf die Zukunft boten. Architektur spielte auf beiden Ebenen eine wichtige Rolle. Zeitgleich zu den Abrissorgien der Stadt wurde zum Beispiel der „Freedom Trail“ konzipiert, der historische Sehenswürdigkeiten der Stadt würdigte. Nicht zufällig zeigte auch die Werbebroschüre „Boston on the Move“⁶⁶⁰ die New City Hall neben dem Old State House als ältestem Gebäude der Stadt. Mit diesem Konzept sollte der Stadt ihr angestammter Platz in der US-amerikanischen

654 Ebd., S. 35.

655 Miller, Karen S.: U.S. Public Relations History: Knowledge and Limitations, in: Communication Yearbook 23 (2000), S. 381–420, S. 383.

656 Ewen, Stuart: PR! A Social History of Spin, New York 1996, S. 86.

657 Grazia, Victoria de: Das unwiderstehliche Imperium. Amerikas Siegeszug im Europa des 20. Jahrhunderts, Stuttgart 2010, S. 276.

658 Raucher 1968, S. 15.

659 BCA/0200/0244/Box#147/22-25, John F. Collins: Boston’s Second Revolution, Publikation eines Vortrags vor dem Municipal Forum of New York am 14.06.1962.

660 BCA/0200/0244/Box#299/17-19, Boston on the Move 1965, undatiert.

Geschichte wieder verschafft werden, was auch der lokalen Bevölkerung auf einer Informationsveranstaltung mitgeteilt wurde:

„Boston is one of the great cities of America. None has made a finer contribution to the history, the culture, the way of life of this nation of ours. Yet too much of Boston’s greatness lies in its past. [...] There is, after all, a little bit of Boston in everyone who calls himself an American.“⁶⁶¹

In den 1960er Jahren wurde eine beachtliche Zahl an Informationsbroschüren über die Stadt herausgebracht. Während reichlich Bildmaterial vorhanden war, mit dem die traditionsreiche Geschichte der Stadt illustriert werden konnte, wurde der Ausblick in die Zukunft anhand von Architekturzeichnungen geleistet. Dabei kam auch der Boston City Hall eine repräsentative und öffentlichkeitswirksame Funktion zu. Das Government Center wurde als wichtigstes symbolisches Bauprojekt der Stadterneuerung betrachtet und das Rathaus als „keystone“⁶⁶² verstanden.

Als Initiator des Stadtumbaus hatte sich Bürgermeister Hynes nicht nur um ein gutes Verhältnis zur Geschäftswelt bemüht, der Mitspracherecht in den Planungen eingeräumt wurden. Auch die lokale Elite sollte von Beginn an in den Planungsprozess involviert werden. Im Rahmen von regelmäßig stattfindenden „Citizen Seminars“ am Boston College tauschten sich Unternehmer, Banker, Anwälte, Pädagogen, Arbeiterführer, Politiker, Historiker und Journalisten gemeinsam über die Zukunftsentwicklung der Stadt aus.⁶⁶³

Auch Hynes Nachfolger Collins sorgte dafür, dass die Öffentlichkeit über die laufenden Pläne informiert wurde. Nach seinem Amtsantritt veranlasste er 1960 die Veröffentlichung ausführlichen Informationsmaterial über das geplante „90 Million Dollar Development Program“ im *City Record*.⁶⁶⁴ Im Rahmen dieser Informationskampagne über die Stadterneuerung betonte Collins auch seinen Willen, die Bostoner Bevölkerung in den Planungsprozess miteinbeziehen zu wollen: „I would call it planning with people instead of planning for people“⁶⁶⁵ war dort zu lesen. Insbesondere im Falle der Boston City Hall scheinen die Verantwortlichen aber eine genau gegenteilige Strategie verfolgt zu haben.

661 BCA/0200/0244/Box#147/1-15, Development Program for Bostons Future to a Meeting of Community Leaders am 07.10.1960, S. 1.

662 Whitehill/Kennedy 2000, S. 205.

663 O’Connor 1993, S. 104-112; Mollenkopf, S. 155f.

664 Boston Redevelopment Authority: The 90 Million Dollar Development Program, in: *City Record*, 24.09.1960, S. 753-774.

665 Ebd., S. 756.

Tatsächlich lagen zu diesem Zeitpunkt schon recht detaillierte Skizzen und Pläne zur Boston City Hall vor. Im besagten Artikel verwies der Bürgermeister darauf, dass externe Berater bereits einen „bold, imaginative and sensitive plan“⁶⁶⁶ für das Areal des Government Center erstellt hätten. Er bezog sich damit auf eine Vorplanung, die vom CPB veranlasst worden war und worin auch die Boston City Hall bereits konkrete Gestalt angenommen hatte. Im *City Record* wurde dieser Planungsfortschritt allerdings nicht gezeigt. Dabei hätten die vorhandenen Zeichnungen gute Dienste zur Einbeziehung der Bevölkerung leisten können.

Bereits 1958 war diese Planungsstudie vom CPB in Auftrag gegeben worden und 1959 lagen der Stadt recht detaillierte Lagepläne und Skizzen vor.⁶⁶⁷ Erarbeitet wurden sie von externen Beratern aus dem Bereich Architektur, Stadtplanung und Ökonomie⁶⁶⁸ in enger Zusammenarbeit und Absprache mit kommunalen und staatlichen Regierungsbehörden.⁶⁶⁹ Unter den beteiligten Architekten befand sich der erst später prominent gewordene Stadtplaner Kevin Lynch, der zu dieser Zeit noch als Wissenschaftlicher Mitarbeiter am MIT arbeitete und vermutlich gerade mit der Ausarbeitung seines ein Jahr später veröffentlichten Buchs „The Image of the City“⁶⁷⁰ beschäftigt war. Hauptverantwortlich war das Stadtplanungsbüro Adams, Howard & Greeley, das sich aber umfangreiche Unterstützung bei den ansässigen Forschungseinrichtungen von *MIT* und *Harvard University* suchte.

Bemerkenswert an diesen frühen Zeichnungen ist vor allem die Tatsache, dass sie bis zur Durchführung des Architekturwettbewerbs 1962 kaum publik gemacht wurden. Sie kursierten zwar intern zwischen den einzelnen Behörden und schmückten die Rückseite

666 Ebd., S. 760.

667 BCA/0200/0244/Box#147/1-15, Adams, Howard & Greeley u. a.: Government Center – Boston, Vorstudie für das CPB, 1959.

668 Unter den Experten befanden sich u.a. Herbert L. Beckwith aus dem Büro Anderson, Beckwith & Haible, Professor am MIT. Siehe: MIT News, <http://web.mit.edu/newsoffice/1997/beckwith.html> [Zugriff: 26.05.2018], Hideo Sasaki aus dem Büro Sasaki, Walker & Associates war Vorsitzender des Landscape Architecture Program der Harvard Graduate School of Design. Siehe: The Cultural Landscape Foundation, <http://tclf.org/pioneer/sasakiwalker-associates> [Zugriff: 26.05.2018]. John R. Myer war Professor des Department of Economics an der Harvard University. Siehe: MIT Press, <https://mitpress.mit.edu/contributors/john-r-meyer> [Zugriff: 26.05.2018]. Paul D. Spreiregen war später als Herausgeber mehrerer Bücher zum Thema Stadtplanung tätig. Siehe: Spreiregen, Paul D.: *The Modern Metropolis: Its Origins, Growth, Characteristics and Planning*, Cambridge 1967; Ders.: *On the Art of Designing Cities*, Cambridge 1968; Ders.: *Metropolis and Beyond*, Chichester 1979.

669 Genannt werden Boston Redevelopment Authority, Boston Traffic Commission, Metropolitan Transit Authority, State Office Building Association, State Department of Administration and Finance, Department of Public Works and Housing Board, General Services Administration of the US Government, National Historical Sites Committee und Committee on Civic Progress. Siehe: BCA/0200/0244/Box#147/1-15, Adams, Howard & Greeley u. a.: Government Center – Boston, Vorstudie für das CPB, 1959, S. 2f.

670 Lynch, Kevin: *Image of the City*, Boston 1960.

einer Broschüre, die für ein Treffen mit „Community Leaders“ im November 1960 erstellt wurde.⁶⁷¹ Ob die Pläne dort konkret besprochen wurden ist jedoch zweifelhaft. In der Presse tauchten sie nach meinen Recherchen nur ein einziges Mal auf, und zwar ausgerechnet im britischen *The Economist*.⁶⁷² Während des Architekturwettbewerbs herrschte unter den Beobachtern vielmehr der Eindruck vor, die Gestalt des Rathauses sei noch völlig offen. So sah der *Boston Globe* noch kurz vor Bekanntgabe der Wettbewerbsgewinner ein großes Fragezeichen, was die zukünftige Gestalt der City Hall anbelangte.⁶⁷³

Auch in der Literatur wird den Vorplanungen randständige Bedeutung zugemessen. Der städtebauliche Masterplan wird vielmehr dem Architekten I. M. Pei zugeschrieben, der den ersten Entwurf überarbeitete.⁶⁷⁴ Dessen Leistung hebt selbst Paul D. Spreiregen hervor, der selbst an den Vorplanungen beteiligt war.⁶⁷⁵ Auch wenn Pei die Autorenschaft des Masterplans zugeschrieben wird und sich durch sein Eingreifen die Bebauungsstruktur im Umfeld der City Hall erheblich veränderte, so wiesen die Architekturzeichnungen der City Hall in diesem frühen Planungsstadium doch bereits bemerkenswerte Ähnlichkeiten zum später realisierten Bau auf. Auch aus Sicht des Stadtrats waren die Planungen 1959 schon sehr weit gediehen. Als die BRA in jenem Jahr um die Genehmigung von 183.000 \$ für die Erarbeitung einer Bewerbung um staatliche Fördergelder bat,⁶⁷⁶ verwies der *City Council* jedenfalls explizit auf die bereits getätigte Vorplanung. Aus der Kalkulation der BRA strich die Stadtverwaltung daher auch kurzerhand die Kostenpunkte „survey and planning“ für 30.000 \$ und „engineering“ für 15.000 \$, da diese ja bereits erledigt seien.⁶⁷⁷ Nachdem die GCC das Projekt vom CPB übernommen hatte, beauftragte sie mit *Becker and Becker Associates* eine weitere externe Planungsfirma, um den tatsächlichen Raumbedarf eines neuen Rathauses zu ermitteln. Der daraus resultierende 166-seitige Bericht, für den die Stadt 27.200 \$ bezahlte,⁶⁷⁸ beinhaltete auch erste schematische

671 BCA/0200/0244/Box#147/1-15, Development Program for Bostons Future to a Meeting of Community Leaders am 07.10.1960.

672 Battle for Boston, in: *The Economist*, 11.03.1961, S. 952.

673 HNE/AR014, What Will New City Hall Look Like? We'll Know Thursday When Contest Ends, in: *Boston Globe*, 29.04.1962

674 Whitehill/Kennedy 2000, S. 214; O'Connor 1993, S. 184; Lipstadt, Hélène: Transforming the Tradition: American Architecture Competitions, 1960 to the Present, in: Dies./Bergdoll, Barry (Hgg.): *The Experimental Tradition. Essays on Competitions in Architecture*, New York 1989, S. 95–114, S. 95; Spreiregen, Paul D.: *Design Competitions*, New York/London 1979, S. 14.

675 Spreiregen 1979a, S. 14.

676 BCA/0100/001/IIIA-97-98, S. 443, City Council Proceedings vom 09.11.1959.

677 Ebd., S. 471, City Council Proceedings vom 21.12.1959.

678 BPL/M3.B16/GOV/S1/1959, S. 6, GCC Annual Report vom 31.12.1959.

Skizzen zu Raumgrößen und Erschließung.⁶⁷⁹ Damit waren die Planungen zur Boston City Hall im Grunde schon sehr weit fortgeschritten, als 1962 ein Architekturwettbewerb veranstaltet wurde, der suggerierte, dass die Gestalt des Bauwerks noch völlig offen sei.

4.2.4 Vorbereitung des Architekturwettbewerbs

Der Wettbewerb kann mit einigem Recht den Titel als erfolgreichste ‚Werbeaktion‘ Bostons für sich beanspruchen. Dabei war das Für und Wider seiner Durchführung lange diskutiert worden. Anders als in Europa, wo Architekturwettbewerbe schon seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts weit verbreitet waren, standen ihnen US-amerikanische Architekten eher skeptisch gegenüber, denn sie galten als skandalumwittert und korruptionsanfällig. Deshalb zählte die Regelung ihrer Durchführung auch zu einem der Hauptanliegen von Architektenvereinen in Europa, die damit negative Folgen für die eigene Berufsgruppe minimieren wollten.⁶⁸⁰ Das RIBA hatte beispielsweise bereits 1838 ein eigenes Komitee für Wettbewerbsangelegenheiten etabliert und publizierte 1872 erste „General regulations for the conduct of architectural competitions“.⁶⁸¹

Vor- und Nachteile von Architektenwettbewerben wurden und werden nach wie vor kontrovers diskutiert.⁶⁸² Negativ fällt ins Gewicht, dass diese Form der Auftragsvergabe einen enormen Arbeitsaufwand für Architekten bedeutet. In der Regel investieren zahlreiche Büros Zeit und Geld, was eine finanzielle Belastung darstellt, die nur selten und in Einzelfällen zur tatsächlichen Akquirierung eines Auftrags führt. Aus dieser Perspektive werden Wettbewerbe als „Zumutung für den Architekten aus betriebs- und auch aus volkswirtschaftlicher Sicht“⁶⁸³ betrachtet, denn sie kosten vor allem „time, money and energy“⁶⁸⁴ ohne große Erfolgsaussichten zu bieten. Sie werden daher als Ursache dafür

679 BPL/GOVDOC/BRA/5/66, Becker and Becker Associates: Space Requirements Report, Proposed City Hall, City of Boston, 24.08.1959.

680 Strong, Judith: *Winning by Design: Architectural Competitions*, Boston 1996, S. 11.

681 Mace, Angela: *The Royal Institute of British Architects. A Guide to its Archive and History*, London 1986, S.xvii.

682 Vgl.: Rosenberg, Raphael: Ausschreiben um Öffentlichkeit zu gewinnen. Die Entstehung des architektonischen Wettbewerbs, in: Nerdinger, Winfried (Hg.): *Der Architekt. Geschichte und Gegenwart eines Berufsstandes*, München 2013, S. 525–536; Nasar, Jack L.: *Design by Competition. Making Design Competition Work*, Cambridge 1999; Strong, Judith: *Winning by Design: Architectural Competitions*, Boston 1996; Larson, Magali S.: *Architectural Competitions as Discursive Events*, in: *Theory and Society* 23 (1994/4), S. 469–504; Becker, Heidede: *Geschichte der Architektur- und Städtebauwettbewerbe*, Stuttgart 1992; Lipstadt, Hélène /Bergdoll, Barry (Hgg.): *The Experimental Tradition. Essays on Competitions in Architecture*, New York 1989.

683 Becker, Heidede: *Geschichte der Architektur- und Städtebauwettbewerbe*, Stuttgart 1992, S. 262.

684 Strong 1996, S. 5.

betrachtet, „dass Architekten – selbst in den renommiertesten Büros – verhältnismäßig schlecht entlohnt werden“.⁶⁸⁵

In Europa wurden Architektenwettbewerbe seit dem 19. Jahrhundert dennoch begrüßt, weil sie eine Abkehr von absolutistischen Praktiken der Auftragsvergabe darstellten, die zuvor den Zugang zu repräsentativen Bauaufträgen verhindert hatten.⁶⁸⁶ Auch konnten Architekten, selbst wenn sie letztlich keinen Auftrag an Land zogen, auf diese Weise Aufmerksamkeit für das eigene Schaffen generieren. Die Architekturpresse übernahm in vielen Fällen die Publikmachung eingereichter, aber nicht realisierter Projekte, die den verantwortlichen Architekten öffentlich bekannt machten.⁶⁸⁷ Diese aufmerksamkeitsökonomischen Vorteile galten nicht nur für einzelne Architekten, sondern wirkten auch auf Auftraggeber und Bauprojekte zurück: „Architectural competition make news“⁶⁸⁸ leitet Judith Strong ihre Geschichte der Architektenwettbewerbe ein und verweist darauf, dass gerade kontrovers diskutierte Wettbewerbsergebnisse Zeitungen füllen.

In den USA scheint es gerade diese Funktion des Architektenwettbewerbs gewesen zu sein, die ihn im Verlaufe des 20. Jahrhunderts populärer machte. Ihre Anzahl nahm bis 1945 stetig zu und mündete nach einer kurzen Flaute in den darauffolgenden 15 Jahren in ein langsam aber stetig steigendes Interesse zu Beginn der 1960er Jahre.⁶⁸⁹ Zu diesem Zeitpunkt bemühte sich auch das AIA darum, diese Praxis der Auftragsvergabe in Regierungskreisen zu propagieren.⁶⁹⁰ Insbesondere in den 1970er und 1980er Jahren stieg die Zahl der Architektenwettbewerbe in den USA sprunghaft an, was laut Larson maßgeblich aus einem verstärkten Interesse von privaten und staatlichen Auftraggebern resultierte, die ihre öffentlichkeitswirksame Funktion zu schätzen wussten.⁶⁹¹ So habe das 1965 von Lyndon B. Johnson gegründete *National Endowment for the Arts* in den 1970er Jahren explizit die Durchführung von Architektenwettbewerben als Mittel der Kommunikation zwischen Regierung und Bevölkerung über anstehende Bauprojekte

685 Rosenberg 2013, S. 525.

686 Vgl.: Schnell, Dieter: Der Architekturwettbewerb - ein Kind des Liberalismus? Drei bernische Beispiele zwischen 1787 und 1834, in: Schweizer Ingenieur und Architekt 117 (1999/21), S. 461–465, S. 465; Casutt, Marcus: Die Anfänge des Architekturwettbewerbs in der Schweiz: Der SIA und die Rolle der ersten Musterwettbewerbe, in: Schweizer Ingenieur und Architekt 117 (1999/23), S. 500–504, S. 504.

687 Casutt 1999, S. 500.

688 Strong 1996, S. 1.

689 Ebd., S. 95.

690 Ebd., S. 89.

691 Larson 1994, S. 469.

propagiert.⁶⁹² Der Wettbewerb zur Boston City Hall stellte zur Zeit seiner Ausrufung aber noch eine relative ungewöhnliche Praxis dar.

Im GCC lag die Aufgabe von Architekten in einer übergeordneten Kontrollfunktion. Erfolgreichen Einfluss übten sie vor allem dahingehend aus, dass sie die anfangs zweifelnden Beamten von der Durchführung eines Architektenwettbewerbs überzeugen konnten. Neben der *Boston Society of Architects* hatte mit der *Boston Architectural Group* auch ein weiterer lokaler Architektenverein einen festen Platz im GCC. Die Idee, einen Wettbewerb für die Boston City Hall zu veranstalten, ging auf deren Mitglieder James Lawrence und Philip Bourne zurück.⁶⁹³ Die Finanzierung des Wettbewerbs erfolgte wiederum durch die *Boston Society of Architects*.⁶⁹⁴

Zunächst waren sich die vertretenen Beamten und Unternehmer unsicher, ob ein Architektenwettbewerb sinnvoll sei. Mit dieser Form der Auftragsvergabe hatten sie wenig Erfahrung, weshalb sie sich zunächst über das Wettbewerbssystem im Allgemeinen informierten. Dazu ließen sie sich von der *Boston Society of Architects*, der *Massachusetts State Association of Architects*⁶⁹⁵ und dem *American Institute of Architects*⁶⁹⁶ beraten, die gleichermaßen die Durchführung eines Wettbewerbs befürworteten. Auch Walter Bogner, Architekturprofessor an der *Harvard University*, argumentierte, die Durchführung eines Wettbewerbs habe „tremendous merit“, denn damit erhalte die Stadt einen Entwurf, der „not only [...] beautiful but unusual“ sei. Das sei genau, was Boston brauche, „[to] attract people from all sections of the country“.⁶⁹⁷ Um auch die größten Talente unter den Architekten anzusprechen und ausgezeichnete Entwürfe zu bekommen, empfahl Bogner außerdem ein zusätzliches PR-Programm, das Architekten im ganzen Land über den Wettbewerb informieren sollte.⁶⁹⁸

In den Quellen findet sich keine eindeutige Aussage oder gar eine Resolution, die bezeugen würde, dass die involvierten Beamten der Stadtregierung den Wettbewerb ausdrücklich als PR-Programm verstanden hätten. Im Vordergrund stand stets die Argumentation, dass dieses Prozedere den Planungs- und Entscheidungsprozess professioneller mache, also zum einen frei von politischer Einflussnahme halte und zum anderen qualitativ hochwertige Ergebnisse garantiere. Es gab jedoch einzelne Stimmen

692 Ebd., S. 469; Lipstadt/Bergdol 1989, S. 2.

693 O'Connor 1993, S. 185.

694 Whitehill/Kennedy 2000, S. 208.

695 BCA/0300/3/A/012, GCC Minutes vom 01.05.1959, S. 27.

696 BCA/0300/3/A/032, GCC Minutes vom 03.09.1959, S. 4.

697 BCA/0300/3/A/012, GCC Minutes vom 01.05.1959, S. 28.

698 Ebd., S. 30.

wie die Bogners, die auch aufmerksamkeits-ökonomische Aspekte eines öffentlichen, nationalen Wettbewerbs herausstrichen.

Die Entscheidung darüber, ob ein Wettbewerb stattfinden solle, wurde zunächst vertagt. Vorab mussten ohnehin noch städtebauliche Details über die Lage des Rathauses, der umliegenden Bauten und des Platzes besprochen⁶⁹⁹ und nicht zuletzt auch rechtliche Fragen bezüglich der Wahl und Beauftragung eines Architekten geklärt werden.⁷⁰⁰ Nachdem die GCC die diversen Formate der Auftragsvergabe studiert und evaluiert hatte – direkte Vergabe, nationaler, internationaler, offener, limitierter oder geladener Wettbewerb – gab sie Ende 1959 bekannt, dass sie die Durchführung eines offenen Architektenwettbewerbs auf nationaler Ebene empfehle.⁷⁰¹ Als Entscheidungskriterien für den Gewinnerentwurf nannte die GCC „imaginative and aesthetic attributes as well as functional adequacies“. ⁷⁰² Diese Empfehlung trug die GCC dem Stadtrat insbesondere mit dem Verweis auf öffentlichkeitswirksame Eigenschaften vor:

„It would excite sustained interest, curiosity, speculation, and, hence, a better understanding and acceptance among the citizens of Boston. This would not result from the less newsworthy selection of an architect by the direct method. It would produce widespread favorable publicity for the city at no expense to the city, and the extent of this publicity would be in direct proportion to the scope of eligibility of the competing architects.“⁷⁰³

Um möglichst viele Teilnehmer zu gewinnen votierte die GCC außerdem dafür, den Wettbewerb entsprechend den Regeln des AIA zu gestalten. Insbesondere erlaubte das AIA „no competition [...] without the aid of a Professional Adviser.“⁷⁰⁴ Ebenso hatte das AIA seit den 1920er Jahren nur solche Wettbewerbe für seine Mitglieder zugelassen, die angemessene Vergütungen in Aussicht stellten.⁷⁰⁵ Den Vorgaben des AIA entsprechen zu wollen, bedeutete also einen finanziellen Mehraufwand. Zum einen, weil ein Berater eingestellt werden musste, der den Ablauf überwachte, zum anderen, weil mehrere Preisgelder vergeben werden sollten.

699 BCA/0300/3/A/032, GCC Minutes vom 03.09.1959, S. 3.

700 BCA/0300/3/A/032, GCC Minutes vom 10.09.1959, S. 77.

701 BPL/M3.B16/GOV/S1/1959, S. 10, GCC Annual Report vom 31.12.1959.

702 Ebd.

703 Ebd., S.11.

704 Architectural Competition, AIA Document B-451, 1959 S. 4.

705 Lipstadt, Hélène: In the Shadow of the Tribune Tower, in: Lipstadt/Bergdoll 1989, S. 79–94, S. 80f.

Um die gewünschte Aufmerksamkeit und eine rege Teilnahme zu garantieren, war es aber unerlässlich, sich an diese Vorgaben zu halten. Nur so seien „beneficial results from the standpoints of national publicity“⁷⁰⁶ garantiert. Das Hauptargument für die Überzeugung des Stadtrats, dem Wettbewerb zuzustimmen, wird in diesem Jahresbericht mehr als deutlich. So wiederholten die Autoren ein weiteres Mal, dass sich der Mehraufwand und die damit einhergehende zeitliche Verzögerung der Realisierung des Baus mehr als lohne:

„[...] the impact of the publicity anticipated will awaken the rest of the country to the fact that Boston is no lying dormant but is ready and willing to modernize its procedures and techniques in the matter of new construction.“⁷⁰⁷

Auch Bürgermeister Collins segnete 1960 die Entscheidung ab, womit sich die GCC an die weitere Ausarbeitung machte. Sie hatte etwa zehn Monate für die Organisation des gesamten Wettbewerbs und die Vorbereitung der nötigen Unterlagen angesetzt.⁷⁰⁸ Der Ablauf verzögerte sich jedoch aus verschiedenen Gründen erheblich,⁷⁰⁹ weshalb die Wettbewerbsunterlagen erst Mitte 1961 vorlagen. In der Zwischenzeit befasste sich die GCC mit der Auswahl eines geeigneten Professional Adviser.⁷¹⁰ Die Entscheidung fiel letztlich auf Lawrence B. Anderson⁷¹¹ und am 3. April 1961 verkündete der Bürgermeister auch offiziell die Durchführung eines Architekturwettbewerbs.⁷¹²

Die Wettbewerbsunterlagen wurden im September 1961 veröffentlicht. Gestaltet waren sie als aufwendiges Ringbuch von vierzig Seiten. Das Deckblatt war mit einer Prägung des Stadtsiegels versehen und mit einem Faltplan des Bebauungsareals ausgestattet.⁷¹³ Außerdem wurden die potentiellen Wettbewerbsteilnehmer über alle nötigen Rahmenbedingungen und Formalia informiert. Schon im Vorfeld war sichergestellt worden, dass dem Wettbewerb gebührende Aufmerksamkeit gezollt werde. So hatte die

706 BPL/M3.B16/GOV/S1/1959, S. 11, GCC Annual Report vom 31.12.1959.

707 Ebd., S.13.

708 Ebd.

709 Zum einen bestand Uneinigkeit mit der BRA bezüglich des Masterplans für das Regierungsviertel und somit auch des Bauareals für das Rathaus. Dazu kamen Personalwechsel innerhalb der GCC aufgrund des Bürgermeisterwechsels von 1960, sowie institutionelle Veränderungen ausgelöst durch den Ausschluss des CPB von den Planungen, dessen Zuständigkeiten in die Hand der BRA übergingen. Siehe: BPL/M3.B16/GOV/S1/1960, S. 3, GCC Annual Report vom 31.12.1960.

710 BCA/0300/3/A/012, GCC Minutes vom 01.03.1961, S. 2.

711 BPL/M3.B16/GOV/S1/1961, S. 3, GCC Annual Report vom 31.12.1961.

712 Ebd., S. 1.

713 HNEA/AR014, GCC: A Competition to Select an Architect for the New City Hall in the Government Center of the City of Boston, Boston 1961.

GCC Wettbewerbseinladungen an alle Architektenvereine des Landes verschickt und sich bei ihrer Gestaltung Unterstützung bei einem PR-Berater geholt.⁷¹⁴

Insgesamt wurden 2.500 Exemplare nachgefragt, 566 Architekten hatten sich als Teilnehmer registrieren lassen und 256 Wettbewerbsbeiträge wurden im Januar 1962 letztlich eingereicht.⁷¹⁵ Da es sich um einen zweistufigen Wettbewerb handelte, wählte die Jury zunächst acht Finalisten aus, die jeweils 5.000 \$ Preisgeld bekamen.⁷¹⁶ Daraufhin hatten diese weitere drei Monate Zeit zur Überarbeitung ihrer Entwürfe,⁷¹⁷ bevor am 3. Mai 1962 dann der endgültige Gewinner bekannt gegeben wurde, dem weitere 5.000 \$ ausgezahlt wurden.

4.2.5 Der Architekturwettbewerb als Medienspektakel

Schon die Aussicht auf einen Wettbewerb war in der Lokalpresse auf reges Interesse gestoßen.⁷¹⁸ In den Tagen vor der endgültigen Entscheidung wurden hier auch die Ergebnisse mit großer Spannung erwartet.⁷¹⁹ Journalisten spekulierten über den Ausgang und versuchten, Fotos aus der in Vorbereitung begriffenen Ausstellung der Wettbewerbsergebnisse zu ergattern. Die Modelle und Zeichnungen waren aber in einem „police-guarded screened-off room“⁷²⁰ gelagert. Aus Mangel an alternativem Fotomaterial landeten daher die Wachmänner Michael A. Boccuzzi⁷²¹ und Edmund A. Dudzak⁷²² in der Zeitung.

Die Bekanntgabe des endgültigen Gewinners wurde als feierliche Veranstaltung inszeniert. So öffnete Bürgermeister Collins, der über die Entscheidung der Jury noch nicht

714 BCA/0300/3/A/012, GCC Minutes vom 12.07.1961, S. 3.

715 BPL/M3.B16/GOV/S1/1962, S. 3f, GCC Annual Report vom 31.12.1962.

716 Ebd., S. 5.

717 Ebd., S. 4.

718 HNEA/AR014, Competition for New City Hall Design, in: Boston Traveler, 31.08.1960, S. 26; Competition Seen for New City Hall, in: Boston Herald, 18.11.1960; U.S. Contest for City Hall, in: Boston Herald, 01.04.1961, S. 1; Leaders Hail Competition to Pick Architect, in: Boston Globe, 04.04.1961; City Hall Plan Prize \$10,000 Top, in: Boston Traveler, 04.04.1961; Nationwide Prize Contest, in: Boston Herald, 04.04.1961, S. 13; Open Competition for Hub City Hall Design, in: Boston Traveler, 19.19.1961.

719 HNEA/AR014, Hub Mulls City Hall Design, in: Christian Science Monitor, 28.04.1962; What Will New City Hall Look Like? We'll Know Thursday When Contest Ends, in: Boston Globe, 29.04.1962, S. 40; ‚Why, We Guard Millions‘. Calm Art Museum Thrown into Tizzy, in: Boston Herald, 01.05.1962, S. 1, 18; Seven Men Alone in a Room Have Designs on City Hall, in: Boston Herald, 02.05.1962; Moment of Truth for Boston, in: Boston Herald, 03.05.1962; Future Boston Looms Closer, in: Christian Science Monitor, 03.05.1962; City Hall Design Held Example for Nation, in: Boston Globe, 04.05.1962.

720 HNEA/AR014, Moment of Truth for Boston, in: Boston Herald, 03.05.1962.

721 Ebd.

722 ‚Why, We Guard Millions‘. Calm Art Museum Thrown into Tizzy, in: Boston Herald, 01.05.1962, S. 1, 18.

informiert war, erst vor aller Augen einen bis dahin verschlossenen Umschlag und verlas die Namen der Gewinner. Daraufhin wurde das Architekturmodell enthüllt, die Architekturzeichnungen präsentiert und eine Ausstellung eröffnet.⁷²³ Erst damit wurden auch die Entwürfe der acht Finalisten gezeigt, die bis dahin niemand zu Gesicht bekommen hatte. Auch an dieser Stelle wird deutlich, dass die Wettbewerbsveranstalter vorhandene Bilder gezielt zurückhielten. Bereits die Veröffentlichung dieser acht Alternativen hätte dazu dienen können, eine Meinung der Bostoner über ihr zukünftiges Rathaus einzuholen. Immerhin hatte Bürgermeister Collins 1960 betont, die Planungen gemeinsam mit der Bevölkerung vorantreiben zu wollen. Eine Gegenüberstellung der Finalisten verdeutlicht auch die Ähnlichkeit der Vorplanungen aus dem Jahr 1959 und dem ausgewählten Wettbewerbsentwurf von 1962. Die eingereichten Vorschläge zeigen deutlich, dass dieses Ergebnis nicht alternativlos war. Damit drängt sich der Verdacht auf, die Entscheidungsträger hätten letztlich vor allem eine aufsehenerregende Fassade für einen bereits existierenden Entwurf gesucht, auch wenn der Gewinnerentwurf die Vorplanungen der Stadt um ein komplexes Raumkonzept erweiterte, dass den Bau zu einer ‚Stadt in der Stadt‘ umfunktionierte. So bietet das realisierte Gebäude mehrere Eingänge und verschiedene Möglichkeiten, den Bau zu durchlaufen und als Teil des öffentlichen Raumes zu nutzen. Das Rathaus stellt in dieser Hinsicht kein abgeriegeltes Regierungsgebäude dar, sondern war von den verantwortlichen Architekten als Ort für die Bostoner Bürgerschaft gedacht, der unterschiedlichste Aufenthaltsqualitäten bietet.⁷²⁴ Damit zeichnete sich der Gewinnerentwurf zweifellos durch eine große räumliche Qualität aus, die die Entscheidung der Jury nachvollziehbar macht.

Gewonnen hatte den Wettbewerb ein bis dato unbekanntes Architektenkollektiv: Der deutsche Einwanderer Gerhard M. Kallmann hatte an der *Architectural Association* in London studiert und war an der *Columbia University* als Assistenzprofessor tätig.⁷²⁵ Aufgefallen war er bislang primär als Architekturkritiker und durch diverse Publikationen.⁷²⁶ Seine jüngeren Kollegen Noel M. McKinnell und Edward F. Knowles hatten ebenfalls wenig Bau Erfahrung.⁷²⁷ Zunächst hatten *Kallmann, McKinnell & Knowles* erst das Preisgeld von 10.000 \$ gewonnen. Ob die Stadt sie auch mit der Umsetzung ihrer Planungen beauftragen würde, war noch offen, da eine Bedenkzeit von sechzig Tagen

723 Ebd., S. 5.

724 Aufgrund gestiegener Sicherheitsbestimmungen ist diese Zugänglichkeit aktuell jedoch nicht mehr gewährleistet. Einer der Eingänge, der von Außen über eine Rampe direkt in den Innenhof führt ist heute komplett gesprerrt. Die beiden anderen Eingänge sind mit Metalldetektoren ausgestattet.

725 ‚Why, We Guard Millions‘. *Calm Art Museum Thrown into Tizzy*, in: *Boston Herald*, 01.05.1962, S. 6.

vorgesehen war.⁷²⁸ Mit der Veröffentlichung der Zeichnungen in der Ausstellung wie auch in der Presse bekam die Öffentlichkeit erstmals eine konkrete Vorstellung dessen, was am Scollay Square in den kommenden Jahren entstehen sollte. Architekturmodell und -zeichnungen stellten überhaupt erst die Grundlage für eine öffentliche Debatte bereit. Genau genommen wurde der Bostoner Bevölkerung ein Zeitraum von exakt sechzig Tagen eingeräumt, um ihr Mitspracherecht zu nutzen, von dem sie auch regen Gebrauch machte. Hatte die Lokalpresse den Wettbewerb schon davor als ‚newsworthy‘ erkannt, entwickelte sich nach Bekanntgabe der Planungen ein wahres Medienspektakel. Insbesondere das Architekturmodell zog in den folgenden Wochen das Interesse der Pressefotografen auf sich. Keine Lokalzeitung konnte in den nächsten Tagen ohne das Sujet auskommen und zeigte Fotos von Besuchern der Ausstellung, die das Architekturmodell wahlweise interessiert bewunderten oder mit zweifelndem Blick studierten.⁷²⁹

Außerdem legten ausführliche Beschreibungen und Rezensionen der Leserschaft die Vorzüge und Nachteile des geplanten Baus dar. Lokale Persönlichkeiten gaben ihre persönliche Einschätzung ab. In den Leserbriefspalten bemühten sich Bürger darum, auf die Entscheidung des Stadtrats einzuwirken.⁷³⁰ Die Stimmen deckten dabei ein breites Spektrum ab und reichten von „finest building in the United States“⁷³¹ bis hin zu „drearist dullness“.⁷³² Die „City Hall Debate“⁷³³ war geprägt von konträren Meinungen. Die Presse war sich vor allem einig darüber, dass man sich uneinig sei: Der Entwurf zeichne sich vor allem durch seine Eigenschaft „to Stir Controversy“⁷³⁴ aus. Unklar war, ob der Entwurf nun „Art or Monstrosity?“⁷³⁵ sei, ob das entwerfende Gebäude ein „Monument or Gas

726 Kallmann, Gerhard: Structural Trends in City Planning, in: *Architectural Review* 100 (1946), S. 125–128; Ders.: What Is Happening to Modern Architecture?, in: *Museum of Modern Art Bulletin* 15 (1948), S. 16–17; Ders.: Towards A New Environment. The Way Through Technology, in: *Architectural Review* 108 (1950), S. 407–414; Ders.: Theaters, in: *Contract Interiors* 116 (1956), S. 108–119; Ders.: Modern Tower in Old Milan, in: *Architectural Forum* 108 (1958/2), S. 109–111; Ders.: Vital Impulses, in: *Journal of Architectural Education* 14 (1959/2), S. 38–41; Ders.: The Action Architecture of a New Generation, in: *Architectural Forum* 111 (1959/Okt), S. 133–137, 244.

727 ‚Why, We Guard Millions‘. Calm Art Museum Thrown into Tizzy, in: *Boston Herald*, 01.05.1962, S. 7.

728 HNEA/AR014, GCC: A Competition to Select an Architect for the New City Hall in the Government Center of the City of Boston, Boston 1961, Appendix, S. v.

729 Design Picked for City Hall, in: *Monitor*, 04.05.1962, S. 1.

730 Die Details der unterschiedlichen Meinungen und Positionen wurden bereits an anderer Stelle hinreichend ausgeführt. Siehe dazu: Sirman 2018, S. 196–211, Monteyne, David: Boston City Hall and a History of Reception, in: *Journal of Architectural Education* 65 (2011/1), S. 45–62; O’Connor 1993, S. 269; Whitehill/Kennedy 2000, S. 208f.

731 HNEA/AR014, Leserbrief von Edward P. Haladay, in: *Boston Herald*, 21.06.1962.

732 HNEA/AR014, Leserbrief von Daniel Brown, in: *Boston Herald*, 27.05.1962.

733 HNEA/AR014, City Hall Debate, in: *Globe*, 05.05.1962.

734 And Here’s New City Hall, Apt to Stir Controversy, in: *Boston Globe*, 04.05.1962, S. 1, 7.

735 HNEA/AR014, City Hall Row Divides Hub, in: *Boston Traveler*, 04.05.1962.

Station“⁷³⁶ darstelle, ob es „Original or Too Oriental“⁷³⁷ sei bzw. ob es als „Delightful‘ or ,Way Out“⁷³⁸ passend beschrieben sei. Die City Hall war jedenfalls „Talk of Town“⁷³⁹ und „conversation piece for weeks“.⁷⁴⁰ Insbesondere im *Boston Herald* verschafften sich Gegner des Projekts in den Leserbriefspalten Gehör. „We Rise to Protest“ verkündete dort Robert Taylor.⁷⁴¹ Ernest Dudley Chase hielt das Projekt für „a top heavy joke“⁷⁴² und Robert Vianos abschließende Meinung lautete „Ugly! Ugly! Ugly!“⁷⁴³

Die Architekten *Kallmann, McKinnell & Knowles* bemühten sich, den Kritikern ihr Grundkonzept zu erläutern und ihnen ihr „paradise for pedestrians“ und „people’s building“ näher zu bringen.⁷⁴⁴ Vershen mit der zusammenfassenden Überschrift „It Will Grow on You“⁷⁴⁵ taugten ihre Ausführungen aber vermutlich wenig, um die Gemüter zu beruhigen. Doch gerade aufgrund der gegenteiligen Meinungen und anhaltenden Diskussionen hatte der Wettbewerb sein Ziel erreicht, die Aufmerksamkeit auf Boston zu lenken. Immerhin war auch die Presse in New York⁷⁴⁶ und Washington⁷⁴⁷ auf die Stadt aufmerksam geworden. Möglicherweise war diese Tatsache ausschlaggebend für die letztlich getroffene Entscheidung, den Entwurf tatsächlich zu realisieren und den Architektexperten in ihrem Urteil zu vertrauen. Die Jury setzte sich jedenfalls für die Umsetzung des Gewinnerentwurfs ein und betonte in ihrer Beurteilung seine ästhetische Qualität:

„This building is a keystone between the historic past and the brilliant future which is to come. At a distance the building achieves great monumentality, drama and unity and in detail the contrastic textures, the play of light and shade, the richness of forms and spaces, culminate in a series of dramatic terraces which provides a strong focus for the symbol of city government. It is

736 The City Hall Debate: Monument or Gas Station?, in: Boston Traveler, 04.05.1962, S. 1.

737 HNEA/AR014, New City Hall: Original or Too Oriental, in: Globe, 05.05.1962.

738 HNEA/AR014, The City Hall Look, in: Boston Herald, 05.05.1962.

739 HNEA/AR014, City Hall Design Talk of Town, in: Boston Herald, 05.05.1962.

740 HNEA/AR014, Boston City Hall Design, in: Christian Science Monitor, 07.05.1962.

741 HNEA/AR014, We Rise to Protest, in: Boston Herald, 08.05.1962.

742 HNEA/AR014, Leserbrief von Robert Viano, in: Boston Herald, 09.05.1962.

743 Ebd.

744 IHNEA/AR014, t Will Grow on You, 3 Architects Predict, in: Boston Globe, 10.05.1962.

745 Ebd.

746 HNEA/AR014, A Pagoda for Boston’s New City Hall?, in: New York Herald Tribune, 05.06.1962.

747 Controversial Boston City Hall Designs Shown in Dual AIA Exhibits, in: Washington Post, 22.07.1962, S. G4.

a daring yet classical architectural statement, contained within a vigorous unified form.“⁷⁴⁸

Die BRA wiederum verließ sich ganz auf das Urteil der Experten und begründete ihre Entscheidung, der Realisierung des Entwurfs zuzustimmen, mit einem Verweis auf das Urteil der Jury:

„The summary of the jury was as follows: „The jury was unanimously delighted to see its best hopes for a great building so brilliantly fulfilled.“⁷⁴⁹

Zufrieden war die BRA vor allem damit, dass für alle Bauprojekte innerhalb des Government Centers bekannte Architekten verantwortlich zeichneten. So seien für das State Office Building⁷⁵⁰ „some of the most talented architects in New England“⁷⁵¹ ausgewählt worden – gemeint war damit vor allem Paul Rudolph. Für das Federal Building habe man „some of the top design talents in the Nation“⁷⁵² gewinnen können – angespielt wurde damit wohl vor allem auf Walter Gropius als Mitglied des *Architects Collaborative*. Und bei der City Hall habe man sich für ein „outstanding design“⁷⁵³ entschieden. Der Stadtrat auf der anderen Seite interessierte sich viel mehr für die Kosten des Ganzen. Um eine endgültige Entscheidung treffen zu können, forderte er vom GCC für alle acht Entwürfe der Finalisten zunächst Schätzungen der Baukosten in Bezug zur nutzbaren Fläche ein.⁷⁵⁴

Entscheidend mag letztlich das enorme Medienecho gewesen sein. Der Entwurf von *Kallmann, McKinnell & Knowles* wirkte auf viele Zeitgenossen befremdlich. Nicht von der Hand zu weisen war aber, dass der Wettbewerbsgewinner eine beachtliche Aufmerksamkeit generierte. Angesichts der großen Bedeutung, die Boston der

748 BCA/0200/0244/Box#147, Brief der Jury an den Professional Adviser Lawrence B. Anderson vom 03.05.1962, S. 1f. Hier hatte die Jury auch ihre sieben Bewertungskriterien festgehalten: „- Recognize the City Hall as an imposing symbol of City Government at its best, - Meet in a practical, efficient and flexible way the daily uses of its various functions, - Relate in scale and character to the surrounding buildings and spaces, - Posses a clear structural validity, - display appropriate and sensitive use of materials, - Be within acceptable economic bounds, - Possess architectural significance apparent to the Boston citizens. The winning design significantly answers these criteria and dramatically goes beyond the functional requirements in its alive and exciting solution of the program. It provides new dimensions in civic space.“

749 BCA/0200/0244/Box#299, BRA: Government Center Progress Report, November 1962, S. 7.

750 Das Gebäude wurde mehrfach umbenannt: Im hier zitierten Report war es in State Service Center umbenannt worden. Heute firmiert es unter dem Namen Government Service Center.

751 BCA/0200/0244/Box#299, BRA: Government Center Progress Report, November 1962, S. 9.

752 Ebd.,S. 8.

753 Ebd.,S. 7.

754 BCA/0100/001/IIIA-103-104, S. 162, City Council Proceedings vom 07.05.1962.

Öffentlichkeitsarbeit und dem Stadtmarketing zuschrieb, war die letztliche Entscheidung für die bauliche Umsetzung des Entwurfs nur konsequent. Tatsächlich erlangten die Zeichnungen und später auch die Fotografien des Baus eine beachtliche Reichweite. Die von *Kallmann, McKinnell & Knowles* erstellten Zeichnungen der Boston City Hall wurden im Verlauf der 1960er Jahre zum Symbol der gesamten Stadterneuerung. Mit der Präsentation des Gewinnerentwurfs für die Boston City Hall wurde in gewisser Weise auch das ‚neue Gesicht‘ der Stadt enthüllt. Nicht nur schmückte die Stadt ihre diversen Informationsbroschüren⁷⁵⁵ und behördlichen Dokumente⁷⁵⁶ damit. Die Bilder wurden in unterschiedlichen Zusammenhängen geradezu als Werbeträger vereinnahmt und gleichermaßen in Werbeanzeigen der Betonlobby,⁷⁵⁷ Wahlwerbung des Bürgermeisters,⁷⁵⁸ PR-Material von Baufirmen⁷⁵⁹ oder Mitteilungsblätter der lokalen Kirchengemeinde⁷⁶⁰ genutzt.

Der Wettbewerb wie auch die Realisierung der City Hall stießen nicht zuletzt in der Architekturpresse auf reges Interesse, die den Baufortschritt über Jahre hinweg aufmerksam verfolgte. Eine erhebliche Zahl an Artikeln wurde nicht nur in den Vereinigten Staaten veröffentlicht,⁷⁶¹ sondern auch im Ausland.⁷⁶² Dabei schaffte es die Boston City Hall mehrfach auf das Titelbild von Architekturzeitschriften und wurde durchweg positiv rezensiert. Die Entstehungsgeschichte der Boston City Hall kann in dieser Hinsicht als mediale Erfolgsgeschichte beschrieben werden. Gerade die

755 Boston on the Move, Broschüre der Stadt Boston, undatiert, BCA/0200/0244/Box#299/17-19.

756 auffortschrittsbericht der BRA, November 1962, BCA/0200/0244/Box#299/17-19.

757 Werbeanzeige der Portland Cement Association, in: *Architectural Record* 87 (1964/Jun), S. 87.

758 Sonderbeilage der New York Times vom 08.09.1963, versehen mit Wahlwerbung des amtierenden Bürgermeisters, BCA/0200/0244/Box#186.

759 PR-Material der Baufirma Richmond Screw Anchor Co, 1967, HNEA/AR014; Deckblatt eines Kalenders zum Stadttumbau mit Verweis auf die beteiligten Firmen, 1969, HNEA/AR014.

760 Broschüre der Kirchengemeinde Old West Church, September 1963, BCA/0200/0244/Box#156/22.

761 Winning Design for Boston's City Hall, in: *Architectural Forum* 116 (1962/Jun), S. 5–7; New Yorkers Win Boston Competition, in: *Progressive Architecture* 43 (1962/7), S. 65; Three Columbia Faculty Members Win Boston City Hall Competition, in: *Architectural Record* 132 (1962/7), S. 14–15; McQuade, Walter: Toughness Before Gentility Wins in Boston, in: *Architectural Forum* 117 (1962), S. 96–101; Crimp, Frank W.: The Competition for the Boston City Hall, in: *AIA Journal* 39 (1963/3), S. 47; Collins, Peter: The New Boston City Hall, in: *Progressive Architecture* 44 (1963/Apr), S. 132–153; A Great Plaza for Boston's Government Center, in: *Architectural Record* 135 (1964/3), S. 192–200; The New City Hall at Boston. A Portfolio of Sketches and Drawings, in: *Perspecta* 9/10 (1965), S. 265–280; Fulfillment in Boston, in: *Architectural Forum* 127 (1967/Dez), S. 44–45; After the Boston City Hall, in: *Architectural Forum* 130 (1969/Jan-Feb), S. 54–57; Boston's City Hall, in: *Bay State Architect* 26 (1969/Jan), S. 28–32; Moholy-Nagy, Sibyl: Boston's City Hall, in: *Architectural Forum* 130 (1969/Jan-Feb), S. 38–53; The New Boston City Hall, in: *Architectural Record* 145 (1969/2), S. 133–144; Boston's New City Hall, in: *Concrete Products* 72 (1969/Jun), S. 37–39; The 1969 Honor Awards, in: *AIA Journal* 51 (1969/Jun), S. 95–111; What It Took to Bring About the Best Public Building of Our Time, in: *Interiors* 128 (1969/9), S. 115–133; Boston's Open Center, in: *Architectural Forum* 132 (1970/Jun), S. 24–31; Perfect for Boston's City Hall Plaza, in: *Contract Interiors* 130 (1971/7), S. 96–101.

kontroversen Debatten verschafften Boston und der Boston City Hall enorme Bekanntheit. Abbildungen des Baus – seien es Skizzen, Pläne, Zeichnungen oder Fotos – waren offenbar mit positiven Zuschreibungen verknüpft, symbolisierten Qualität, Innovation und Kreativität. An diesen ‚Erfolg der Bilder‘ konnte der fertige Bau zumindest in der lokalen Bevölkerung nur bedingt anknüpfen. Waren die negativen Meinungen zum Wettbewerbsergebnis Anfang der 1960er Jahre noch von der Masse positiver Zeitungsmeldungen überdeckt worden, zeichnete sich mit nahender Eröffnung des Baus langsam ein Ende der Erfolgsgeschichte ab.

4.2.6 Eröffnung des Baus und sein Status als „Ugliest Building of the World“

Die Eröffnung des Baus erfolgte am 11. Februar 1969 und wurde mit einem mehrtägigen Veranstaltungsprogramm sowie zahlreichen Presseberichten gebührend gewürdigt und gefeiert.⁷⁶³ Nur eine Woche nach der feierlichen Eröffnung lieferte die Lokalpresse aber gerade den Gegnern der Boston City Hall gute Argumente für ihre ablehnende Haltung. Bisher hatte die Aussicht auf Eröffnung des Prestigebaus für ausreichendes Pressematerial gesorgt. Diese Erfolgsstory war mit Fertigstellung des Baus aber gewissermaßen abgeschlossen. Berichtenswerte ‚News‘ boten nun vielmehr die kleinen Skandale, in die das Gebäude verwickelt war. Zunächst standen vor allem bauliche Mängel der City Hall im Fokus. So wurde darüber berichtet, dass die Eingangstüren des 26-Millionen-Dollar-Baus mit „cellophane tape“ vor Wind geschützt werden mussten.⁷⁶⁴ Auch in der *Time* wurde nun von einer „Airy Fortress“ gesprochen, die von englischen „Brutalists“ inspiriert

762 A City Hall for Boston, in: *Architectural Review* 132 (1962/Sep), S. 152; Boston City Hall Competition, in: *The Architect and Building News* 132 (1962/Jul), S. 127–128; La Tourette Comes to Boston. Boston City Hall, in: *Architects' Journal* 136 (1962/Jul), S. 2, 11; Boston City Hall, in: *Casabella Continuità* 271 (1963), S. 17–27; *Projet pour L'Hotel de Ville de Boston, États-Unis*, in: *Architecture d'Aujourd'hui* 33 (1963/Febr-Mär), S. 54–59; Gerhard Kallmann Shows the New Boston City Hall, in: *Architectural Association Journal* 79 (1964/Mai), S. 313–316; Boston City Hall, in: *Architettura Cronache e Storia* 165 (1969), S. 178–181; City Hall Boston, in: *Baumeister* 66 (1969), S. 1189; The New Boston City Hall, in: *Japan Architect* 44 (1969/Sep), S. 95–104; McQuade, Walter: Bostons neues Rathaus, in: *Bauwelt* 60 (1969/1), S. 18–19; Fitch, James M.: City Hall, Boston, in: *Architectural Review* 147 (1970/Jun), S. 398–411.

763 Jordan, Robert: Week-long Party for New Boston's New City Hall, in: *Boston Globe*, 08.02.1969, S. 16; Jewel of the New Boston, in: *Boston Globe*, 10.02.1969, S. 8; Opening Night, in: *The Christian Science Monitor*, 10.02.1969, S. 2; Snow or No Snow, It's City Hall Day, in: *Boston Globe*, 11.02.1969, S. 1; A New City Hall: Boston's Boost for Urban Renewal, in: *The Wall Street Journal*, 12.02.1969, S. 14; It's Youth Day at City Hall, in: *Boston Globe*, 12.02.1969, S. 56; Christening of City Hall Really a Bubbly Affair!, in: *Record American*, 18.02.1969, S. 121.

764 HNE/AR014, A Sticky Situation at New City Hall, in: *Boston Herald*, 20.02.1969; Boston's New City Hall Keeps Winter Put With Taped Doors, in: *Boston Herald*, 21.02.1969, S. 4.

sei.⁷⁶⁵ Der *Record American* spekulierte, dass es wohl nicht lange dauern werde, bis die Mitarbeiter eine Sonderzahlung für „thermal underwear“ fordern würden.⁷⁶⁶

Auch war der gewählte Bodenbelag des City Hall Plaza so empfindlich, dass er nicht mit Räumfahrzeugen befahren werden konnte. Die BRA wurde vom Stadtrat aufgefordert, die Behebung der Planungsmängel zu veranlassen und dazu gegebenenfalls auch das Honorar der Architekten erst einmal zurückzuhalten.⁷⁶⁷ Die Inbetriebnahme des Baus hatte also bereits in den ersten Wochen der Nutzung Baumängel sichtbar gemacht, die auch im darauffolgenden Winter noch nicht behoben waren. Der Bau und der ihn umgebende Platz waren offenbar denkbar schlecht an die lokalen Witterungsverhältnisse angepasst und den Schneemassen der harten Bostoner Winter nicht gewachsen.

Verstärkt berichteten Kommentatoren nun auch kritisch über die eklatanten Kosten des Baus. Insbesondere schafften es Bürosessel für 743 \$ pro Stück auf das Titelblatt des *Boston Globe* und lösten einen kleinen Eklat aus. Die Angelegenheit „ballooned a bit“ durch die Tatsache, dass zwei der teuren Möbelstücke auch noch auf ungeklärte Weise verschwanden.⁷⁶⁸ Skandalös war aber nicht nur der Preis besagter Stühle. Zweifelhaft schien dem Reporter des *Boston Globe* vor allem die Tatsache, dass die New Yorker Beratungsfirma Interior Space Design alleine für die Auswahl der Ausstattung ein Honorar von 140.000 \$ bekommen hatte.⁷⁶⁹ Die Angelegenheit warf eine weitaus allgemeinere Frage auf: „Should aesthetics supersede economy?“⁷⁷⁰

Diese Frage hatten sich offenbar auch schon die Ratsherren der Stadt gestellt, die sich nicht nur von der Möbelwahl distanzierten. Die Affäre war überhaupt erst von ihnen in die Öffentlichkeit getragen worden. *The Christian Science Monitor* äußerte allerdings die Vermutung, der Rat habe mit dem Aufruhr lediglich geschickt von der Tatsache ablenken wollen, dass er gerade erst für die Erhöhung der eigenen Gehälter gestimmt habe.⁷⁷¹ In der Folge dieses Skandals wurde die Rolle der bis dato autonom agierenden Experten vehement in Frage gestellt.

765 Architecture. An Airy Fortress, in: *Time*, 21.02.1969, S. 60.

766 HNE/AR014, Snow Solution?, in: *Record American*, 25.02.1969.

767 BCA/0100/001/IIIA-117-118, S. 79, City Council Proceedings vom 24.02.1969.

768 Blake, Andrew: Council Looses 2 \$743 Chairs, in: *Boston Globe*, 25.03.1969, S. 7. So waren die insgesamt zwölf Stühle zunächst in der Bibliothek des fünften Stocks aufgestellt worden, für die Eröffnungsfeierlichkeiten in den achten Stock verfrachtet worden, um danach in einem Lagerraum zwischengelagert zu werden, wo sich ihre Spur verlor. Siehe: HNE/AR014, Councilors Are Uneasy On \$743 Thrones, in: *Boston Herald*, 25.03.1969.

769 Blake, Andrew: Those \$743 Chairs, in: *Boston Globe*, 30.03.1969, S. 1.

770 O'Neill, Gerald M.: Pious Protests Substitute for Action, in: *Boston Globe*, 29.03.1969, S. A5.

771 Merry, George B.: Furnishing Stall Hub Council, in: *The Christian Science Monitor*, 04.02.1969, S. 3.

Schon vor der Baueröffnung hatte der Stadtrat in internen Auseinandersetzungen die Ansicht vertreten, die GCC nutze ihre Freiheit aus und treibe die Kosten für die City Hall in die Höhe. Die ursprünglich auf 20.000.000 \$ geschätzten Baukosten mussten 1964 um 5.000.000 \$ erhöht werden.⁷⁷² Im Jahr 1967 wurde eine weitere Erhöhung notwendig, die Bürgermeister Collins im Juli folgendermaßen begründete:

„The \$25,000,000 debt authorization [...] is proving to be insufficient to cover the cost of both constructing the new city hall and equipping it throughout with new furnishings, which, under modern business practice is customarily done when an enterprise moves into a new building and which in the instant situation is really needed because most furniture in the departments affected is many years old.“⁷⁷³

Im Dezember war die Genehmigung der erhöhten Baukosten noch immer nicht erteilt, weshalb Collins diese abermals einforderte, weil sonst eine verzögerte Bestellung zu Problemen des Gesamtablaufs führen würde.⁷⁷⁴ Der Stadtrat blieb dennoch skeptisch und nach dem Bürgermeisterwechsel 1968 sollte zunächst einmal eine angeordnete Untersuchung Klarheit über das Prozedere des Möbelkaufs schaffen.⁷⁷⁵ Insbesondere ein neuer U-förmiger Holztisch für den Ratssaal erregte die Gemüter.⁷⁷⁶ Die GCC wurde aufgefordert, den Auftrag zu stornieren und stattdessen die vorhandenen Möbel aus dem alten Rathaus zu verwenden.⁷⁷⁷ Kurz bevor sich im März 1969 die lokale Presse auf das Thema stürzte, war die GCC außerdem dazu verpflichtet worden, dem Rat persönlich Rechenschaft abzulegen und in einer öffentlichen Sitzung detaillierte Angaben zu den einzelnen Kostenpunkten zu machen.⁷⁷⁸

Ogleich diese Problematik schon in der Bauphase aufgekommen war, wurde sie erst nach Eröffnung des Baus von den Medien aufgegriffen, die nun auch die Anhörung dazu verfolgten. Als Repräsentant der GCC wurden unter anderem der Innenarchitekt Louis Beal und die Architekten Henry Woods und Gerhard Kallmann befragt.⁷⁷⁹ Der Report einer

772 BCA/0100/001/IIIA-107-108, S. 135, City Council Proceedings vom 15.06.1964.

773 BCA/0100/001/IIIA-113-114, S. 197, City Council Proceedings vom 24.07.1967.

774 Ebd., S. 270, City Council Proceedings, Sitzungsprotokoll vom 04.12.1967.

775 BCA/0100/001/IIIA-115-116, S. 446, City Council Proceedings, Sitzungsprotokoll vom 16.12.1968.

776 HNE/AR014, Merry, George B.: Furnishing Stall Hub Council, in: The Christian Science Monitor, 04.02.1969; Councilors Are Uneasy On \$743 Thrones, in: Boston Herald, 25.03.1969.

777 Ebd., S. 454, City Council Proceedings, Sitzungsprotokoll vom 30.12.1968.

778 BCA/0100/001/IIIA-117-118, S. 46, City Council Proceedings vom 03.02.1969.

779 Ebd., S. 256, City Council Proceedings vom 30.06.1969.

Untersuchungskommission kam zwar nicht zu dem Schluss, es hätten illegale Aktivitäten stattgefunden.⁷⁸⁰ Immerhin deckte sie aber auf, dass die Angebote der Möbellieferanten auf eine Weise eingeholt worden waren, die keinen Preiswettbewerb zugelassen hatte.⁷⁸¹ Insgesamt waren Möbel für 1.300.000 \$ gekauft worden. Allerdings hatte die GCC 1959 ursprünglich sogar mal einen Gesamtbetrag von etwa zwei Millionen für Möbel und Ausstattung kalkuliert.⁷⁸² Diese Berechnungen waren im ersten Jahresbericht der GCC veröffentlicht worden,⁷⁸³ weshalb dem Stadtrat dieser Kostenpunkt seit zehn Jahren hätte bekannt sein müssen.

Nach eigenem Bekunden hatte die GCC schlicht das Ziel verfolgt, „the best furniture regardless of the price for this so-called monument“⁷⁸⁴ zu besorgen. Die Untersuchungskommission gab zu Protokoll, die GCC-Mitglieder hätten „constantly referred to the ‚aesthetic value‘ of the building“ und bezweifelten, dass Nützlichkeit und Komfort eine ebenso große Rolle gespielt hätten.⁷⁸⁵ Die Entscheidung der Kommission, den Verweis der Architekten auf den ‚ästhetischen Wert‘ in Anführungszeichen zu setzen, verdeutlicht, wie zweifelhaft sie diese Argumentation fanden.

Möglicherweise war die GCC über das Ziel hinausgeschossen. Trotz aller möglichen Fehlentscheidungen der Planer war die ästhetische Qualitätssicherung aber auch von Beginn an Hauptaufgabe der GCC und insbesondere der beteiligten Architekten gewesen. Diese Aufgabe wurde offenbar so lange gerne an die Expertenkommission ausgelagert, wie die Kosten in einem unauffälligen Rahmen blieben. Der Abschlussbericht des *Committee on Appropriations and Finance* kam letztlich zu folgendem Schluss:

„The most important fact to bear in mind is most of the furniture and furnishings were ordered and delivered by the time the City Council was

780 Ebd.

781 So waren die Ausschreibungen – eine Liste der benötigten Möbelstücke, die an potentielle Lieferanten zwecks Erstellung eines Angebots verschickt wurde – sehr spezifisch formuliert worden. Für zahlreiche Möbel waren explizit konkrete Markenprodukte nachgefragt worden, so dass eventuell günstigere Alternativen erst gar nicht in Betracht gezogen werden konnten. 1.200 Holztische waren beispielsweise vom Designer *Hermann Miller* in Maßanfertigung gewünscht worden. Sie hatten 260 \$ pro Stück gekostet und wiesen trotz der kurzen Nutzungsdauer bereits Risse auf. Für die Vorhänge war die Entscheidung schon vor dem Einholen der Angebote auf die Designfirma *Izabelle Scott Fabric* gefallen, die mit 61,95 \$ pro Stück zu Buche schlugen. Die Mehrzahl der Büroledersessel wiederum war bei der Firma *Zagrophus* bestellt worden. Für sie war pro Stück 310,43 \$ bezahlt worden, dazu waren sie auch noch „very uncomfortable“ wie die Kommission feststellte. Siehe: BCA/0100/001/IIIA-117-118, S. 256, City Council Proceedings vom 30.06.1969.

782 BCA/0300/3/A/032, GCC Minutes vom 28.-31.08.1959, S. 4.

783 BPL/M3.B16/GOV/S1/1959, S. 8, GCC Annual Report vom 31.12.1959.

784 BCA/0100/001/IIIA-117-118, S. 256, City Council Proceedings vom 30.06.1969.

785 Ebd.

cognizant of this, and even if the Council had knowledge, there was very little power to do anything because the legislative act [...] which created the Government Center Commission gave them and the Mayor through his appointees exclusive control.“⁷⁸⁶

Schuldig wirkten aus dieser Sicht weniger die Entscheidungsträger der GCC als vielmehr die Organisationsform und Entscheidungsstruktur, die der Untersuchungskommission generell fragwürdig erschien. Mit dem Verweis auf die Ästhetik verwies die GCC im Grunde genau auf den Zuständigkeitsbereich, mit dem es beauftragt worden war und mit dem es sich bei der Durchführung des Wettbewerbs und der Auswahl des Gewinnerentwurfs stets beschäftigt hatte. Da es nun aber um Kosten ging, hatte das Verständnis für die Fixierung der Architekten auf Ästhetik offenbar ein Ende.

Die Eröffnung der Boston City Hall fiel gewissermaßen auf einen ungünstigen Zeitpunkt. Seit Ende der 1960er bestimmte eine allgemeine Kritik an Urban-Renewal-Projekten den öffentlichen Planungsdiskurs in den gesamten USA.⁷⁸⁷ Mit den offensichtlichen Baumängeln und der Konzentration der beteiligten Architekten auf die ‚Ästhetik‘ passte die Boston City Hall hervorragend in das Klischee der kritisierten Nachkriegsbauten. Damit lässt sich an der Boston City Hall auch das vermeintliche ‚Kommunikationsproblem‘ zwischen Architekten und Bevölkerung gut aufzeigen, das den Vertretern der Postmoderne als Narrativ diente.⁷⁸⁸ Schon die Architekturkritikerin der *New York Times* Ada Louise Huxtable beobachtete 1969, dass sich bei der Boston City Hall ein „architectural gap, or abyss, [...] between those who design and those who use the 20th century’s buildings“⁷⁸⁹ auftue. Das Bauwerk hielt sie für ein „superior public building in an age that values cheapness over quality“ und gilt damit bis heute als prominenteste Verehrerin der Boston City Hall.⁷⁹⁰ Damit war sie auch für deren Kritiker ein beliebtes Ziel. In einer Karikatur trug sie ihr geschätztes Gebäude als Hut und ließ wissen: „I don’t care what they say, I like it.“⁷⁹¹

Die von Huxtable konstatierte Kluft zwischen Architekten und Nutzern wurde in den folgenden Jahren mehrmals aufgegriffen. 1973 holte die Architekturzeitschrift

786 Ebd., S.257.

787 Hall, Peter 2002, S. 253.

788 Vgl. Kap. 1.1.

789 Huxtable, Ada Louise: Boston’s New City Hall: A Public Building of Quality, in: *New York Times*, 08.02.1969, S. 33.

790 Vgl.: Sirman 2018, S. 142f; O’Connor 1993, S. 272; Whitehill/Kennedy 2000, S. 242.

791 I don’t care what they say, I like it, Karikatur der Architekturkritikerin Ada Louise Huxtable von James Dobbins, undatiert, BPL/GOVDOCS/BRA/FOLIO/70.

Architectural Plus ein Stimmungsbild zur allgemeinen Wahrnehmung der Boston City Hall ein. Laut dem Autor Robert Campbell waren die Beteiligten „stunned to find a body of opinion that was overwhelmingly negative.“⁷⁹² Schon vier Jahre nach ihrer Eröffnung war das Ansehen der Boston City Hall damit tief gesunken. Mitten im allgemeinen Stimmungstief hinsichtlich der Wertschätzung von Nachkriegsbauten sah der Architekturkritiker des *Boston Globe* das Problem aber nicht im Bau selbst. Er betrachtete es vielmehr als ‚Kommunikationsproblem‘:

„The problem isn’t in the individuals, it’s in our culture. Neither the architects nor the public are going to develop a coherent set of values unless they begin listening to each other.“⁷⁹³

Im Falle der Boston City Hall scheint der Verweis auf ein Kommunikationsproblem tatsächlich gerechtfertigt. Zumindest lässt sich konstatieren, dass der Kommunikationsfluss recht einseitig war. Die Art und Weise, wie der Planungsprozess von der Presse begleitet wurde, musste bei Zeitgenossen geradezu den Eindruck erwecken, hier werde über die Köpfe der Bürger hinweg entschieden. Im Vergleich dazu war im Londoner Beispiel mithilfe der *Times* auf Planungsentscheidungen eingewirkt worden. Das Bostoner Beispiel erweckte diesen Eindruck nicht. Die einzelnen Planungsschritte oder gar alternative Entwürfe wurden hier gar nicht öffentlich verhandelt. Weder die 1959 erstellte Vorstudie noch die 1962 ausgewählten acht Entwürfe der Finalisten wurden frühzeitig diskutiert. Lediglich nach Bekanntgabe des bereits von einer Expertenjury gekürten Gewinners blieben für die Bewohner Bostons exakt sechzig Tage, um auf die Entscheidung einzuwirken, ob der Entwurf auch realisiert werden würde. Diese Zeit nutzten nicht wenige, um ihrem Unmut gegenüber dem geplanten Gebäude Ausdruck zu verleihen, entschieden wurde dennoch gegen ihren Willen.

Die Entstehungsgeschichte der Boston City Hall zeigt, dass die Lokalzeitungen das Gebäude vor allem dann zum Gegenstand ihrer Berichterstattung machten, wenn Spektakuläres zu berichtet war – sei es das kontroverse Wettbewerbsergebnis oder die den Bau umgebenden Skandale. Wie beliebt oder unbeliebt das Gebäude in der Bevölkerung tatsächlich war oder auch heute noch ist, lässt sich an dieser Stelle nur unzureichend eruieren, da allein Zeitungsmeldungen und Leserbriefe als Quelle zur Verfügung stehen,

792 Campbell, Robert: Marrying Modern Design to a Public Art, in: *Boston Globe*, 22.04.1973; S. 78A.

793 Ebd.

um die Stimmung der Bevölkerung aufzugreifen. Eine belastbare Objektivität kann damit nicht garantiert werden. Auch die erwähnten nicht repräsentativen Umfragen sind zu diesem Zweck kaum aussagekräftig, da sie vermutlich auch aufmerksamkeits-ökonomische Funktion hatten.

Schenkt man ihnen dennoch Glauben, dann war die Nachkriegsmoderne offenbar tatsächlich von einer Art Kommunikationsstörung zwischen Architekten und Bevölkerung geprägt. Zu einem vergleichbaren Ergebnis waren US-amerikanische PR-Experten jedenfalls schon 1955 gekommen. Gegenüber Architekten zeigte die Bevölkerung ihrer Ansicht nach damals schon „a surprising ignorance, often tinged with a vague dissatisfaction“⁷⁹⁴. Ob tatsächliche von einer ‚Kommunikationskrise‘ gesprochen werden kann, die postmoderne Architekturtheoretiker in den 1980er Jahren proklamierten, kann an dieser Stelle weder eindeutig validiert noch dementiert werden. Interessant ist aber, dass das *American Institute of Architects* (AIA) diesem Befund Glauben schenkte und darauf mit einer intensivierten Öffentlichkeitsarbeit in den Massenmedien reagierte.

794 Hough, Gordon L.: Public Relations for a Professional Organization, in: Public Relations Journal 9 (1955), S. 12.

5 Öffentlichkeitsarbeit der Professionsorganisationen von Architekten am Beispiel des *American Institute of Architects* (AIA), 1909–1978

„An effective public relations program remains a prime need of the profession.“⁷⁹⁵

Verglichen mit seinem britischen Pendant zeichnete sich das *American Institute of Architects* (AIA) – so die zentrale These des folgenden Kapitels – durch einen offeneren und progressiveren Umgang mit Massenmedien aus. Dies ist insofern einigermaßen überraschend, als sich bezüglich des Werbeverbots auf den ersten Blick kein grundsätzlicher Unterschied ausmachen lässt. Wie das RIBA hatte auch das AIA ein solches in seinen Ehrenkodex integriert. Gültigkeit hatte es seit 1909, womit das AIA seine Ablehnung von Werbepraktiken schon vierzehn Jahre vor dem RIBA demonstrierte. Auch die Abschaffung des Werbeverbots 1980 erfolgte hier früher, war aber gleichermaßen eine Folge von Neoliberalismus und Deregulierung. Zwischen 1909 und 1980 wurden die Formulierungen des Werbeverbots auch vom AIA mehrfach überarbeitet und dabei beständig um neue Abschnitte erweitert. Bei genauerem Hinsehen wurde das Werbeverbot vom AIA dennoch auf ganz eigene Weise interpretiert. Dies zeigt sich beispielsweise daran, dass AIA und RIBA unterschiedliche Werbeformate problematisierten. Über Kleinanzeigen, Rundschreiben oder Entwurfszeichnungen wurde im AIA überhaupt nicht debattiert, stattdessen waren unter anderem Architektenporträts Gegenstand der Diskussionen, die wiederum im RIBA keinerlei Rolle spielten.

Der deutlichste Unterschied lässt sich jedoch daran festmachen, welchen Stellenwert Öffentlichkeitsarbeit in beiden Organisationen hatte. Wie das Eingangszitat verdeutlicht wurde diese vom AIA besonders intensiv betrieben. Wurde vom RIBA zwischen „public relations“ und „advertisement“ bis in die späten 1960er Jahre hinein kaum differenziert, pflegte das AIA im Grunde schon seit 1920 eine strikte Trennung beider Bereiche. Seit 1950 erlaubte das AIA auch den eigenen Mitgliedern Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben und unterstützte sie dabei nach allen Kräften. Mit Unterstützung externer PR-Berater entwickelte das AIA darüber hinaus elaborierte PR-Weiterbildungsprogramme für Architekten, erstellte vielfältiges Informationsmaterial für potentielle Bauherren, wirkte mithilfe lancierter Presseberichte auf die öffentliche Meinung ein und finanzierte Werbekampagnen für den Beruf des Architekten. Derlei Aktivitäten waren im RIBA

795 AIA/509, AIA Annual Report 1950, S. 10.

aufgrund der strikten Verbotsregeln unzulässig, da sie als konträr zu Professionsehre betrachtet wurden.

Wie der Zusammenhang von Werbeverbot und Öffentlichkeitsarbeit vom AIA gesehen wurde, drückt sich in den verschiedenen Neuauflagen des „AIA Code of Ethics and Professional Conduct“ aus. Die Sitzungsprotokolle des *AIA Board of Directors* und die darin verhandelten Verstöße gegen das Werbeverbot geben außerdem Aufschluss über den Kontext dieser Überarbeitungen und die zugrundeliegenden Beweggründe. Auch die Berichte des *Public Relations Committee*, das dem Vorstand regelmäßig Rechenschaft über seine Aktivitäten ablegte, sind in diesem Zusammenhang aufschlussreich. Des Weiteren dokumentierte der alljährlich veröffentlichte „AIA Annual Report“⁷⁹⁶ die intensiv betriebene Öffentlichkeitsarbeit des AIA und die zahlreichen Serviceangebote, die es diesbezüglich seinen Mitgliedern bereitstellte. Anhand offizieller Publikationen wie dem „Handbook of Architectural Practice“ und Beiträgen im *AIA Journal* lässt sich außerdem die ‚Medienpraxis‘ aufzeigen, die von den eigenen Mitgliedern erwartet wurde.

5.1 Ehrenkodex des AIA – Einklang von Künstler und Unternehmer

Als sich das AIA 1857 gründete, waren es zunächst europäische Vorbilder, die die professionellen Berufsvorstellungen prägten.⁷⁹⁷ Bis dahin hatten Regelungen weitestgehend gefehlt, was soziale Mobilität und die Ergreifung des Architektenberufs einfacher gestaltete.⁷⁹⁸ Laut Woods bildeten sich bei Architekten in den Vereinigten Staaten die genuinen Merkmale einer Profession erst ab dem späten 19. Jahrhundert heraus.⁷⁹⁹ Bis dahin habe sich die US-amerikanische Lage laut Wasserman, Sullivan und Palermo durch Desorganisation, Heterogenität und Deregulation ausgezeichnet.⁸⁰⁰

Nach Ende des Bürgerkriegs 1865 und insbesondere in der ‚Progressive Era‘ ab den 1890er Jahren kam Professionen beim Aufbau einer neuen Gesellschaft in den USA größere Bedeutung zu. Staat und Kommunen unterstützten Bestrebungen zur Professionalisierung, um bei der Umsetzung staatlicher Infrastruktur- und Bauprojekte auf

796 Randbemerkung zur Datierung der Jahresberichte: Bis einschließlich 1969 erschienen die Jahresberichte zu Beginn eines neuen Jahres und dokumentierten das gerade vergangene Jahr. Ab 1970 wurde die Publikation auf das Jahresende verschoben, womit sich zwar die Funktion nicht änderte, aber die jeweils auf dem Deckblatt angegebene Jahreszahl. Der „AIA Annual Report 1969“ thematisiert demnach das Jahr 1968. Der „AIA Annual Report 1970“ bezieht sich dagegen auf das Jahr 1970. Daraus ergibt sich auch, dass für das Jahr 1969 kein Jahresbericht vorliegt.

797 Saylor, Henry H.: *The A.I.A.'s First Hundred Years*, Washington 1957, S. 7.

798 Woods, Mary N.: *From Craft to Profession. The Practice of Architecture in Nineteenth-Century America*, Berkeley/Los Angeles 1999, S. 7.

799 Woods 1999, S. 4.

800 Wasserman/Sullivan/Palermo 2000, S. 106.

Experten zurückgreifen zu können. Es entstanden Architekturschulen, nationale Ausbildungsprogramme für Architekten wurden erarbeitet, Prüfungen und Zulassungsbeschränkungen zur Ausübung des Berufes wurden eingeführt.⁸⁰¹ Die Architektenausbildung an den Universitäten orientierte sich vornehmlich an der französischen École des Beaux-Arts, in der Architektur zu den bildenden Künsten zählte.⁸⁰² Für die professionsorganisatorische Ausrichtung wiederum diente das RIBA als Vorbild, von dem die Vorstellung eines Architekten als Gentleman übernommen wurde. Darauf aufbauend etablierte sich ein ebenso prestigeträchtiger Berufsstand von Architekten, der sich auch hier in Konkurrenz zu Bauunternehmern, -handwerkern und -technikern positionierte.⁸⁰³

Im Unterschied zu Europa zeichneten sich US-amerikanische Architekturbüros aber auch schon seit dem späten 19. Jahrhundert durch ihre Größe aus, so dass sie nach Ansicht Elliots passender als Großunternehmen, denn als Künstlerateliers bezeichnet werden sollten.⁸⁰⁴ Die Mitarbeiterzahlen von Architekturbüros in den Vereinigten Staaten zu Beginn des 20. Jahrhunderts übertrafen die europäischer Kollegen um ein Vielfaches. Sie zeichneten sich außerdem durch eine arbeitsteilige Organisationsstruktur aus.⁸⁰⁵ Großbüros prägten auch noch die Situation in den 1950er-Jahren. 55 % des jährlichen Bauvolumens wurden hier von den 500 größten Architekturbüros realisiert.⁸⁰⁶ Laut Boyle hatte die Größe und Komplexität der im 20. Jahrhundert realisierten Projekte eine solche Entwicklung unumgänglich gemacht. So waren Architekten im US-amerikanischen Kontext trotz aller Orientierung am britischen Ideal einer Gentlemen's Profession stets auch Unternehmer. Diese seien zwar gleichermaßen als Künstler aufgetreten, ihr Arbeitsalltag sei aber zu einem Großteil von Managementaufgaben bestimmt gewesen.⁸⁰⁷ Auch Woods ist der Meinung, im amerikanischen Kontext hätten sich Architekten gleichzeitig als Künstler *und* Unternehmer generiert, was es in Großbritannien so nicht gegeben habe. „The architect as ‚man of business‘“ gelte daher auch als „uniquely American contribution“.⁸⁰⁸

801 Ebd., S. 107.

802 Draper, Joan: The Ecole des Beaux-Arts and the Architectural Profession in the United States. The Case of John Galen Howard, in: Kostof, Spiro (Hg.): The Architect. Chapters in the History of the Profession, New York 1977, S. 209–237; Wasserman/Sullivan/Palermo 2000, S. 106.

803 Woods 1999, S. 4.

804 Elliot, Cecil D.: The American Architect from the Colonial Era to the Present, Jefferson 2003, S. 167.

805 Boyle, Bernard Michael: Architectural Practice in America 1865–1965. Ideal and Reality, in: Kostof 1977, S. 309–344, S. 315f.

806 Wall, Christine: An Architecture of Parts. Architects, Building Workers and Industrialization in Britain 1940–1970, New York 2013, S. 63.

807 Ebd., S. 316f.

808 Woods 1999, S. 168.

Der Beruf des Architekten galt in den USA demnach als lukrativ und ehrenvoll zugleich, ohne dass dies zu einem Interessenskonflikt geführt hätte.⁸⁰⁹

Anders als ihre britischen Kollegen begrüßten US-amerikanische Architekten also gewissermaßen das Unternehmertum und sahen darin keinen Widerspruch zum Professionsideal. Mit dieser Haltung stellten Architekten keine Ausnahme unter den Professionen dar, denn in den Vereinigten Staaten duldeten Professionen generell einen hohen unternehmerischen Anteil, den britische Professionen weit von sich wiesen.⁸¹⁰ Diese Unterschiede von Architekten in Großbritannien und den Vereinigten Staaten sind jedoch gradueller Natur. Auch in Großbritannien hatten sich freiberufliche Architekten naturgemäß als Unternehmer zu behaupten und erst ihr ökonomischer Status sicherte ihr Auskommen. Und in den Vereinigten Staaten hatte sich das AIA ebenfalls gegründet, um seine Mitglieder als Akteure im Baugewerbe gegen vermeintlich weniger integre und ehrenhafte Konkurrenten oder profitorientierte Unternehmer abzugrenzen.

Wie das RIBA unterschied auch das AIA explizit zwischen „professional behavior versus a business-like approach“,⁸¹¹ die sich im eigenen Selbstverständnis insofern unterschieden, als ein Professional eine Leistung anbiete, ein Unternehmer dagegen ein Produkt anpreise.⁸¹² In dieser Hinsicht stellten Fertigbaufirmen in beiden Ländern gleichermaßen die härteste Konkurrenz dar, mit der sich die Vorstandsmitglieder des AIA wie auch des RIBA auseinanderzusetzen hatten. So waren die Rahmenbedingungen beider Länder durchaus vergleichbar, was sich auch hinsichtlich einer geteilten Ablehnung von Werbestrategien ausdrückte. Als 1973 der Präsident des RIBA seinen Amtskollegen beim AIA besuchte, waren diese jedenfalls „surprised by the similarity of problems being encountered by both AIA and RIBA“.⁸¹³

Ein Blick auf den Ehrenkodex des AIA lässt zunächst ebenfalls keine frappierenden Gegensätze zur britischen Haltung erkennen. Auch in den USA bildete die Kameradschaft unter den Mitgliedern den Kern des Ehrverständnisses. Und ebenso waren moralisch-ethische Verpflichtungen bedeutsam für das Ansehen des gesamten Berufsstandes.

809 Ebd., S. 168f.

810 Burrage, Michael: Unternehmer, Beamte und freie Berufe. Schlüsselgruppen der bürgerlichen Mittelschichten in England, Frankreich und den Vereinigten Staaten, in: Siegrist, Hannes (Hg.): Bürgerliche Berufe. Zur Sozialgeschichte der freien und akademischen Berufe im internationalen Vergleich, Göttingen 1988, S. 52–82.

811 Wasserman/Sullivan/Palermo 2000, S. 116.

812 Ebd., S. 116.

813 AIA/Board/ExComMin/1973, AIA Board of Director Minutes vom 05.–08.12.1973, S. 4.

Zunächst einmal sind daher auch in den Formulierungen des Ehrenkodexes deutliche Parallelen zu erkennen.

Die US-amerikanische Variante wurde 1909 zunächst „Circular of Advice Relative to Principles of Professional Practice and the Canon of Ethics“⁸¹⁴ betitelt, 1943 in „Principles of Professional Practice“⁸¹⁵ und 1953 in „Standards of Professional Practice“⁸¹⁶ umbenannt, um dann von 1977 bis zu seiner Abschaffung 1980 „Code of Ethics and Professional Conduct“⁸¹⁷ betitelt zu werden. Überarbeitet wurde es zwischen 1909 und 1980 insgesamt acht Mal – im Gegensatz zum Werbeverbot des RIBA, das es zwischen 1923 und 1986 auf zwölf Neufassungen schaffte.⁸¹⁸ Inhaltlich ist die Version von 1920 durchaus vergleichbar mit dem britischen Äquivalent von 1923. In den festgeschriebenen Moralvorstellungen wurden gleichermaßen ehrenhafte Beziehungen des Architekten zu seinen Klienten, Auftragnehmern, Kollegen und Angestellten geregelt. Insbesondere die Loyalität gegenüber den Auftraggebern wurde betont und der Architekt dabei angehalten, seine Leistungen zu deren Wohl und ohne persönliche Vorteilsnahme auszuführen. Ihre Professionalität demonstrierten britische wie US-amerikanische Architekten zuallererst durch ihre Verpflichtung zu uneigennütziger Tätigkeit, die sich an wissenschaftlichen Grundsätzen orientiere. Auch vom AIA wurde ausgeschlossen, dass ein Architekt aus seinen Empfehlungen für ein spezifisches Produkt oder eine bestimmte Bauweise finanziellen Vorteile ziehen könne.

Der AIA-Ehrenkodex von 1920 wurde zunächst mit einer generellen Stellungnahme eingeleitet, die bereits verdeutlicht, dass das Selbstverständnis als Profession nicht wie in Großbritannien mit einer allzu radikalen Abgrenzung zum Unternehmertum einherging:

„The profession of architecture calls for men of the highest integrity, business capacity and artistic ability.“⁸¹⁹

814 A Circular of Advice Relative to Principles of Professional Practice and the Canons of Ethics, Abschnitt 12 und 13, in: The American Architect 96 (1909), S. 273f.

815 Principles of Professional Practice, Abschnitt 6, in: AIA (Hrg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington 1943, S. 95–96, <https://archive.org/details/cu31924015384278> [Zugriff: 12.03.2018].

816 Standards of Professional Practice, II. Mandatory Rules of the Institute, Abschnitt 8, in: The American Institute of Architects (Hg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington 1953, S. 166.

817 AIA (Hrg.): Code of Ethics and Professional Conduct, Abschnitt 12 und 13, Washington 1979, <http://ethics.iit.edu/ecodes/node/3030> [Zugriff: 12.03.2018].

818 Vgl. Kap. 6.1.3.

819 A Circular of Advice Relative to Principles of Professional Practice and the Canons of Ethics, Vorwort, in: AIA (Hrg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington 1920, S. 107.

Nach Ansicht des AIA konnten Architekten also gleichermaßen unternehmerisch, künstlerisch und professionell agieren, ohne dass sich diese Eigenschaften gegenseitig ausgeschlossen hätten. In der Praxis galt dies wohl nicht weniger für britische Architekten, aber derart deutlich formuliert wurde es im RIBA-Kodex nicht. Die weiterführenden Worte wiederum wären wohl auch beim RIBA auf Zustimmung gestoßen und zeichnen ein vergleichbares Bild zum britischen Ehrverständnis:

„The architect is entrusted with financial undertakings in which his honesty of purpose must be above suspicion; he acts as professional adviser to his client and his advice must be absolutely disinterested; he is charged with the exercise of judicial functions as between client and contractors and must act with entire impartiality; he has moral responsibilities to his professional associates and subordinates; finally, he is engaged in a profession which carries with it grave responsibility to the public. These duties and responsibilities cannot be properly discharged unless his motives, conduct and ability are such as to command respect and confidence.“⁸²⁰

Im Vergleich zum britischen Verhaltenskodex für Architekten waren die einleitenden Ausführungen hier eher allgemein und unspezifisch gehalten. Es folgten insgesamt neun Absätze, die eingangs angesprochene Aspekte aufgriffen, ohne dass dabei jedoch ein Gewinn an Eindeutigkeit zu verzeichnen wäre. Denn mit konkreten Aussagen darüber, welche Praktiken eindeutig verboten seien, hielten sich die Verfasser weitestgehend zurück. Ganz anders wurde dies vom RIBA gehandhabt, wo 1923 auf einleitende Allgemeinplätze gänzlich verzichtet, dafür aber in insgesamt elf Artikeln sehr viel ausführlicher auf einzelne Fälle unerlaubten Handelns eingegangen wurde.⁸²¹

Die erste Version des Ehrenkodexes veröffentlichte das AIA 1909 in der Zeitschrift *The American Architect*. Später war er dann in das vom AIA ab 1920 herausgegebene „Handbook of Architectural Practice“ integriert. Es erfuhr bis 1958 acht weitere, überarbeitete Auflagen.⁸²² Mit der neunten Auflage wurde das Handbuch 1963 nicht nur umbenannt in „Architect’s Handbook of Professional Practice“, ⁸²³ sondern wurde fortan

820 Ebd.

821 Vgl. Kap. 3.1.1.

822 AIA (Hrg.): *The Handbook of Architectural Practice*, Washington ¹1920. Es folgten weitere Auflagen des Handbuchs: ²1923, ³1927, ⁴1943, ⁵1949, ⁶1951, ⁷1953, ⁸1958. Für eine Übersicht der verschiedenen Auflagen siehe auch: AIA (Hrg.): *The Handbook of Architectural Practice*, Washington 1958, S. vi.

auch als Ringbuch mit loser Blattsammlung herausgegeben.⁸²⁴ Auf diese Weise ließen sich aktualisierte Einzeldokumente gesondert austauschen, was auch auf den mehrfach geänderten Ehrenkodex zutraf. Erst seit der 13. Auflage von 2001 erscheint das AIA-Handbuch wieder als gebundenes Buch. Für die Zeit ab 1963 lassen sich Änderungen des Ehrenkodexes daher nur bedingt nachvollziehen. Nachweislich erfolgten zwischen 1909 und der Abschaffung des Werbeverbots 1980 jedoch mindestens acht veröffentlichte Überarbeitungen der Abschnitte 12 und 13 des Ehrenkodexes,⁸²⁵ die Werbeverbot und Öffentlichkeitsarbeit thematisierten.⁸²⁶

5.1.1 Zusammenhang von Werbeverbot und Öffentlichkeitsarbeit

Vergleichbar zum RIBA-Kodex lässt sich auch für das US-amerikanische Werbeverbot eine Ausweitung der Regelungen nachweisen. Dieser Befund widerspricht allerdings den Ergebnissen von Wasserman, Sullivan und Palermo. Sie geben an, der Ehrenkodex des AIA sei bis in die späten 1960er Jahre hinein kaum verändert worden. Ihrer Ansicht nach erfolgte eine umfassende Überarbeitung erst als Reaktion auf die Kritik der Kartellbehörden in den 1970er Jahren.⁸²⁷ Diese Darstellung muss zumindest in Bezug auf das Werbeverbot als unvollständig gelten. Denn durchaus vergleichbar zur Situation in Großbritannien beschäftigte sich das AIA ebenso wie das RIBA intensiv mit Werbefragen. Auch hier wuchs die Länge der entsprechenden Absätze enorm an. Im ersten AIA-Code des Jahres 1909 lautete das Werbeverbot, aufgeführt unter Punkt 12, noch kurz und schlicht:

823 AIA (Hrg.): *The Architect's Handbook of Professional Practice*, Washington 1963. Es folgten drei weitere Auflagen des Handbuchs, die sich aufgrund des Ringbuchformats mit losen Seiten jedoch nicht nachvollziehen lassen. Bickford gibt an, überarbeitete Neuauflagen des Ehrenkodexes seien in den Jahren 1978, 1980 und 1987 entstanden.

824 Gutman, Robert: *The Architect's Handbook of Professional Practice* (Rezension), in: *Journal of Architectural Education* 45 (1992/2), S. 122–124, S. 123.

825 Die zweite und dritte Auflage des „*Handbook of Architectural Practice*“ von 1923 und 1927 lagen für die hier zugrundeliegende Recherche nicht zur Einsicht vor. Etwaige zusätzliche Änderungen am Werbeverbot in diesem Zeitraum können daher nicht ausgeschlossen werden.

826 Dies widerspricht Bickfords Ergebnissen. Er geht davon aus, dass es überhaupt nur sechs Varianten des Ehrenkodexes zwischen 1909 und 1980 gegeben habe. Nachweislich lässt er dabei mindestens zwei Varianten außer Acht: In der 6. Auflage des „*Handbooks*“ von 1951 findet sich ein auf 1949 datierter Ehrenkodex. Die 8. Auflage des „*Handbooks*“ von 1958 enthält einen Ehrenkodex desselben Jahres. Vgl.: Bickford, Adam: *Professional Architecture and Professional Failure. Structure and Rhetoric in the AIA's First Century*, Chicago 1995, S. 6.

827 Wasserman/Sullivan/Palermo 2000, S. 114.

„Advertising tends to lower the standards of the profession, and is therefore condemned.“⁸²⁸

Daran anschließend erlaubte das AIA in Abschnitt 13 die Signatur fertiggestellter Bauten, was sich mit den Ausführungen des RIBA-Codes von 1923 deckt. Gänzlich verboten waren zunächst Baustellenschilder, die vom RIBA zwar geregelt, aber toleriert waren. In der Neuauflage des Ehrenkodexes von 1920 wurde Baustellenschildern dann aber ein „legitimate purpose for public information“⁸²⁹ zuerkannt. Und sofern sie von Architekten nicht „obtrusively“⁸³⁰ für Werbezwecke genutzt wurden, waren sie fortan akzeptiert. Bei der Selbstdarstellung von Architekten wurde also auch vom AIA Zurückhaltung gefordert und damit unterschied sich das Werbeverbot des AIA kaum von der drei Jahre später erschienenen britischen Variante, die ihren Mitgliedern in ähnlicher Weise ein „unostentatious“ Auftreten abverlangte.⁸³¹

Die erste publizierte Version des Werbeverbots aus dem Jahr 1909 umfassten rund 520 Zeichen. Elf Jahre später war der Passus schon auf mehr als das Doppelte angewachsen. Zunächst kategorisch abgelehntes „advertising“ wurde nun differenzierter betrachtet:

„Publicity of the standards, aims and progress of the profession, both in general and as exemplified by individual achievement, is essential. Advertising of the individual, meaning self-laudatory publicity procured by the person advertised or with his consent, tends to defeat its own ends as to the individual as well as to lower the dignity of the profession, and is to be deplored.“⁸³²

In dieser Neufassung wird augenfällig, dass Werbung und Publizität aus Sicht des AIA in einem klaren Abhängigkeitsverhältnis standen. Offenbar war schon zu diesem Zeitpunkt erkannt worden, dass ein Werbeverbot die erwünschte Publizität gefährden konnte. Eine

828 A Circular of Advice Relative to Principles of Professional Practice and the Canons of Ethics, Abschnitt 12, in: The American Architect 96 (1909), S. 273f.

829 A Circular of Advice Relative to Principles of Professional Practice and the Canons of Ethics, Abschnitt 12 und 13, in: AIA (Hrg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington 1920, S. 107.

830 Ebd.

831 Vgl. Kap. 3.1.1.

832 A Circular of Advice Relative to Principles of Professional Practice and the Canons of Ethics, Abschnitt 12 und 13, in: AIA (Hrg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington 1920, S. 107.

vergleichbar klare Trennung von Werbung und Öffentlichkeitsarbeit führte das RIBA erst in den 1960er Jahren ein.⁸³³

Die unterschiedlichen Formulierungen des AIA-Kodexes offenbaren einen deutlichen Richtungswechsel: Begann das Werbeverbot 1909 noch mit dem Satz „advertising [...] is [...] condemned“, hieß es 1920 an selbiger Stelle „publicity [...] is essential“.⁸³⁴ Darin drückt sich eine Haltung aus, die sich deutlich von der des RIBA zum selben Zeitpunkt abhebt. Implizit hatte das AIA damit „publicity“ als vorrangiges Ziel bestimmt, dem ein rigides Werbeverbot nicht im Wege stehen dürfe, sondern untergeordnet werden müsse. Dies bedeutet keineswegs, dass Werbeanzeigen vom AIA nicht reguliert worden wären. Zu Beginn der 1950er Jahre avancierte das Werbeverbot auch innerhalb des AIA zu einem intensiv debattierten Thema. Die dabei verhandelten Einzelfälle sind jedoch auch nach heutigem Verständnis als Werbung erkennbar, während sich das RIBA an teils erstaunlichen Formaten wie Stellenanzeigen oder Fernsehdokumentationen abarbeitete.

5.2 Problematisierte Werbeformate

Der Umgang des AIA mit dem Werbeverbot war geprägt von einer besonderen Organisationsstruktur. Anders als beim RIBA wurde den lokalen Chapters als untergeordneten Organisationseinheiten des AIA größere Autonomie zugestanden. Diesen Regionalverbänden wurden einzelne Angelegenheiten selbst überlassen. Dazu zählte auch die Interpretation des Ehrenkodexes und die etwaige Ahndung von Verstößen. Das AIA hatte in solchen Fällen primär beratende Funktion inne. Bei Unklarheiten hatte es national geltende Regeln zu finden.

Grundsätzlich waren die Regelungen bis 1958 relativ offen formuliert worden, so dass lokale Entscheidungsträger einen gewissen Interpretationsspielraum bei der Handhabung einzelner Verstöße hatten. Als Präsident des AIA oblag es von 1949 bis 1961 Edmund Randolph Purves, die lokalen Verbände in derlei ethischen Fragen zu beraten. Wie er selbst betonte, drückten die von ihm verfassten Rückmeldungen in Form von Briefen jedoch seine persönliche Meinungen aus und stellten keine offiziellen Stellungnahmen des AIA dar.⁸³⁵

833 Dem RIBA wurde 1966 vom *Public Relations Committee*, *Professional Practice Committee* und *Professional Conduct Committee* 1966 vorgeschlagen, eine „distinction between public relations and advertising“ einzuführen. Vgl. Kap. 3.5.3.

834 Ebd.

835 AIA/Board/ExComMin/1950, AIA Board of Directors Minutes vom 25.–27.09.1950, S. 47.

1950 hatten Zuschriften dieser Art offenbar so stark zugenommen, dass es nötig wurde, die Aufgabe zu delegieren und den Präsidenten damit zu entlasten.⁸³⁶ Auch im offiziellen Statement seines Jahresberichts verwies das AIA schon 1951 darauf, dass von einer steigenden Mitgliederzahl eine Lockerung des Werbeverbots gefordert werde, insbesondere in jenen Bundesstaaten, in denen der Wettbewerb mit Ingenieuren und Designern groß sei.⁸³⁷

Fragen zum medialen Umgang von Architekten mit Massenmedien ergaben sich in den USA also zunächst auf lokaler Ebene. Im Untersuchungszeitraum wurden nicht wenige dieser Fragen auch vom *AIA Board of Directors* diskutiert, auch wenn sich diese Debatten nicht in gleichem Maße wie in Großbritannien in einer Vielzahl von Neufassungen des Ehrenkodexes niederschlug. Das Werbeverbot und die Debatten, die darum kreisten, sind dem Kodex selbst zwar nur bedingt zu entnehmen, wurden auf Ebene der Ortsverbände und im Austausch mit dem AIA aber ebenso geführt. Deutlich wird dies zum Beispiel beim Format der Baustellenschilder.

5.2.1 Baustellenschilder, Briefköpfe, Broschüren und Presseberichte

Vom AIA waren Baustellenschilder 1909 zunächst gänzlich verboten, um 1920 dann unter Vorbehalt zugelassen zu werden, sofern sie in ästhetisch angemessener Form gestaltet waren.⁸³⁸ Ab 1943 fanden Baustellenschilder im Ehrenkodex des AIA dann überhaupt keine Erwähnung mehr. Nichtsdestotrotz setzte der AIA-Präsident den Vorstand 1951 davon in Kenntnis, dass sich in der letzten Zeit Zuschriften häufen würden, die Probleme mit solchen Schildern zum Inhalt hätten. Einige der Schilder seien von so „blatant a nature“⁸³⁹ gewesen, dass sie Empörung unter den „more considerate members“⁸⁴⁰ hervorgerufen hätten. Diesen Umstand nahm das AIA nicht zum Anlass, das Werbeverbot umzuformulieren. Stattdessen veröffentlichte es eine offizielle Stellungnahme, die derlei Praktiken deutlich missbilligte und betonte, welch schlechtes Licht dies auf den gesamten Berufsstand werfe:

836 AIA/Board/ExComMin/1950, AIA Board of Directors Minutes vom 15.–16.12.1950, S. 19; AIA/Board/ExComMin/1951, AIA Board of Directors Minutes vom 01.–03.03.1951, S. 18.

837 AIA/509, AIA Annual Report 1951, S. 35.

838 A Circular of Advice Relative to Principles of Professional Practice and the Canons of Ethics, Abschnitt 12 und 13, in: AIA (Hrg.): *The Handbook of Architectural Practice*, Washington 1920, S. 107.

839 AIA/Board/ExComMin/1951, Display of Names of Architectural Firms on Signs at Construction Projects, Stellungnahme von Edmund R. Purves vom 01.05.1951, Anlage zu AIA Board of Directors Minutes vom 04.–11.05.1951.

840 Ebd.

„An act accomplished in a vulgar manner is a vulgar act, regardless of the basic merit of the act itself. On the other hand, it is obvious that the disclosing of the architect's name, if done with decorum and dignity, can well advance the profession and serve to stimulate public interest. The Institute, therefore, cautions its members that in announcing to the public the identity of the architect they must so convey the identity as to advance the good name of the profession and of the architect creator himself. No architect need fear that his name reproduced with taste and skill will be overlooked. Famous artists have never found it necessary to emblazon their names across their masterpieces.“⁸⁴¹

Im darauffolgenden Jahr einigte sich der Vorstand des AIA außerdem auf Standardschilder, überließ deren Gestaltung und verpflichtende Einführung jedoch den Ortsverbänden.⁸⁴² Im Bundesstaat Indiana wurden 1952 einheitliche Baustellenschilder eingeführt – eine Praxis, die das AIA ausdrücklich begrüßte und auch allen anderen Regionalverbänden empfahl.⁸⁴³ Angesprochen wurden auch verschiedene Möglichkeiten, wie die Kennzeichnung als AIA-Mitglied zu gestalten sei.⁸⁴⁴ Vom RIBA waren selbst Abmessungen und Schriftgröße von Baustellenschildern streng geregelt und als verpflichtend durchgesetzt worden.⁸⁴⁵ Das AIA gab dazu lediglich Empfehlungen, deren genaue Regelungen den Lokalverbänden überlassen wurde. Auch wurden persönliche Anschreiben vom AIA nicht in gleichem Maße reguliert. Zumindest wurden sie nicht auf nationaler Ebene diskutiert.⁸⁴⁶ Thematisiert wurde diesbezüglich lediglich die Verwendung des AIA-Titels, die für das AIA gewissermaßen auch als Eigenwerbung von Interesse war: Der AIA-Ehrenkodex von 1909 ermutigte explizit zur Verwendung des Titels „F.A.I.A.“,⁸⁴⁷ da dies dabei helfe „to make known the nature of the honor they imply“.⁸⁴⁸ Und 1920 empfahl das AIA die

841 Ebd.

842 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 27.–29.10.1952, S. 29.

843 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 03.–05.03.1952, S. 36.

844 AIA/Board/ExComMin/1953, AIA Board of Directors Minutes vom 04.–06.03.1953, S. 28f.

845 Vgl. Kap. 3.3.1.

846 In den Vereinigten Staaten waren staatliche Planungsabteilungen weniger verbreitet. Damit ergab sich auch kein vergleichbarer Konflikt zwischen Freiberuflern und Beamten, der in Großbritannien die Anschreiben freiberuflicher Architekten an ihre Kollegen in den Planungsbehörden zum Stein des Anstoßes hatte werden lassen. Vgl. dazu Kapitel 3.4.2.

847 „F.A.I.A.“ steht für „Fellow of the American Institute of Architects“.

848 A Circular of Advice Relative to Principles of Professional Practice and the Canons of Ethics, Abschnitt 12 und 13, in: *The American Architect* 96 (1909), S. 273f.

Verwendung der Initialen „in order to promote a general understanding of the Institute and its standards“⁸⁴⁹.

Rundschreiben und Flugblätter wurden als neutrales Informationsmaterial betrachtet und stellen für das AIA kein Problem dar. Ausdrücklich erlaubt war es Architekten, „brochure[s] or catalogue[s] illustrating his work“ herzustellen. Kritisch wurden diese nur dann gesehen, wenn sie Produktwerbungen enthielten. Jegliche Publikationsform war zulässig, solange diese nicht durch Werbeanzeigen Dritter finanziert wurde.⁸⁵⁰ Sofern keine „exaggerated, misleading“, sondern ausschließlich „factual statements“ getroffen wurden, stellte es das AIA seinen Mitgliedern ab 1951 frei, sich in „public press, radio, television, or other media“ zu präsentieren. Es war Architekten außerdem erlaubt, dabei die professionelle Unterstützung eines „public relations counsel[s]“ in Anspruch zu nehmen. Überspitzt dargestellt, war dem AIA jede Werbung recht – egal ob in Zeitschriften, Büchern, Fernsehen oder Radio – solange sie „the Architect’s function in society and the standing of the profession as a whole [...] rather than that mere personal aggrandisement [sic!] of the individual“ bewarb.⁸⁵¹ Die Selbstdarstellung von Architekten, die innerhalb des RIBA häufig zu Konflikten mit dem Werbeverbot führte, stellte für das AIA keine fragwürdige Praxis dar. Verboten war sie nur dann, wenn damit Werbung für andere Firmen oder für Produkte gemacht wurde.

Trotzdem erlebte auch der US-amerikanische Ehrenkodex von Architekten Ende der 1950er eine enorme Ausweitung jener Passagen, die sich mit Werbung beschäftigten. In den vier unterschiedlichen Varianten des Werbeverbots, die das AIA zwischen 1909 und 1951 veröffentlicht hatte, war die Zeichenzahl zunächst moderat gestiegen, um in der Neuauflage von 1958 dann mit 4.313 Zeichen auf die vierfache Länge anzuwachsen.⁸⁵² Nun wurden vom AIA auch Adressbucheinträge, Stellenanzeigen, Bekanntmachungen, Kleinanzeigen gesondert erwähnt, was darauf schließen lässt, dass die Werbeanstrengungen von Architekten zunahmen und das AIA Bedarf sah, diese in geregelten Bahnen zu halten. Dabei wählte das AIA aber affirmative Formulierungen, indem es weniger die zu unterbindende Ausnahme, als vielmehr die zulässige Regel,

849 A Circular of Advice Relative to Principles of Professional Practice and the Canons of Ethics, Abschnitt 12 und 13, in: AIA (Hrg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington 1920, S. 107.

850 Principles of Professional Practice, Abschnitt 6, in: AIA (Hrg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington 1943, S. 95f.

851 Standards of Professional Practice, II. Mandatory Rules of the Institute, Abschnitt 8, in: AIA (Hrg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington 1953, S. 166.

852 Standards of Professional Practice, II. Mandatory Standards, Abschnitt 12 und 13; in: AIA (Hrg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington 1958, S. A 2.05.

betonte. So waren bezahlte Anzeigen zwar grundsätzlich verboten, davon (mit gewissen Einschränkungen) aber nicht nur „announcements“, sondern auch besagte „brochures“ und sogar „reprints [...] of items in the public press“ ausgenommen. Progressiv, verglichen mit dem RIBA, erscheint vor allem letzterer Punkt. Das AIA unterschied auch nicht zwischen Fach- und Laienpresse, womit es den eigenen Mitgliedern eine weit größere Öffentlichkeit zugestand.

Damit ergibt sich für die US-amerikanische Situation ein recht liberales Bild. Denn verglichen mit Großbritannien herrschte für Architekten hier weitestgehende Freiheit im Umgang mit Massenmedien. Diese scheinen innerhalb des AIA nicht in gleichem Maße unter Generalverdacht gestanden zu haben. Die einzelnen Medienformate wurden offenbar nicht in erster Linie als Werbeformate wahrgenommen, sondern *auch* in ihrer positiven, öffentlichkeitswirksamen Funktion (an)erkannt und toleriert. Die vom RIBA ausführlich debattierten Zeitungsberichte oder Fernsehauftritte von Architekten galten in den USA schlichtweg als „publicity“ und wurden weitestgehend toleriert. Das AIA gestand den eigenen Mitgliedern aber nicht nur diverse Praktiken zu, die im RIBA verpönt waren. Darüber hinaus bemühte sich das AIA auch intensiv darum, die eigenen Mitglieder in ihrer individuellen Selbstdarstellung und Öffentlichkeitsarbeit zu schulen.⁸⁵³

5.2.2 Glückwunschbekundungen - „congratulatory advertising“

Als Profession galt es trotz allem, die Distanz zur antagonistischen Werbebranche zu wahren. Auch wenn Publizität ausdrücklich begrüßt wurde, so galt dies nicht uneingeschränkt. Vermieden werden sollte seit den 1920ern „self-laudatory publicity“, die dazu tendiere, „to lower the dignity of the profession“.⁸⁵⁴ Aus Sicht des AIA zählten dazu insbesondere Zeitungsannoncen von Architekten. In solchen Fällen zeigte sich das AIA deutlich weniger kulant. Von Seiten verschiedener Lokalverbände war diesbezüglich zwischen 1950 und 1970 allerdings wiederholt die Forderungen nach einer Lockerung des Werbeverbots an das AIA gestellt worden.

1951 erreichte das AIA beispielsweise ein entsprechender Brief des *Kansas Chapters*. Dort beschäftige sich der Verband schon seit einiger Zeit mit dem Thema und sei zu dem Schluss gekommen, den Architekten ihres Bundesstaates solle das Schalten von Anzeigen erlaubt werden, um ihre „obligation [...] to local newspaper, school papers, local and state

853 Vgl. Kap. 5.5.2.

854 A Circular of Advice Relative to Principles of Professional Practice and the Canons of Ethics, Abschnitt 12 und 13, in: AIA (Hrg.): *The Handbook of Architectural Practice*, Washington 1920, S. 107.

magazines“ erfüllen zu können. Es sei nämlich „in the spirit of civic welfare“, lokale Gruppen finanziell zu unterstützen und zu diesen rechnete das *Kansas Chapter* offenbar auch Lokalzeitungen. Das AIA ließ sich dadurch nicht zu einer Änderung des Werbeverbots erweichen, meldete aber auch zurück, es stehe den Verantwortlichen in Kansas offen, einen offiziellen Antrag zur Überarbeitung des Berufskodexes zu stellen.⁸⁵⁵

Dem *Staten Island Chapter* meldete das AIA 1951 auf eine ähnliche Anfrage hin zurück, Anzeigen in Telefonbüchern seien nur dann konform mit dem Ehrenkodex, wenn darin alle ansässigen Architekten des Chapters aufgelistet würden und es sich nicht allein um Anzeigen Einzelner handele.⁸⁵⁶ Auch das *North Carolina Chapter* forderte im selben Jahr, „announcements“ als unerlaubte Werbeformate aus dem Ehrenkodex zu streichen, da es die Bekanntgabe von Adressänderungen oder der Gründung von Büropartnerschaften verhindere. Aber auch diesem Anliegen gab das AIA nicht statt.⁸⁵⁷ 1961 äußerte sich der AIA-Vorstand sogar ablehnend zu fettgedruckten Telefonbucheinträgen.⁸⁵⁸ Erst 1967 wurden „telephone directories in boldface type“ zugelassen, weiterhin abgelehnt waren aber „boldface type in the classified advertising (yellow pages) section“.⁸⁵⁹

Als problematisch wurden Anfang der 1950er Jahre insbesondere Bekanntmachungen zur Eröffnung fertiggestellter Bauten betrachtet. Derlei Anzeigen wurden oftmals nicht von den Architekten sondern von ihren Bauherren geschaltet. Die Erwähnung des verantwortlichen Planers in diesem Rahmen wurde vom AIA jedoch äußerst kritisch gesehen. 1951 störte es sich beispielsweise an einer Werbeanzeige des *Kalakaua Super Market*, der im Zuge der Neubaueröffnung seinen Architekten Cyril W. Lemmon und Douglas Freeth für die exzellente Durchführung des Bauprojekts dankte.⁸⁶⁰ Auch die Vorgehensweise des Ortsverbands in Pasadena, lokal ansässigen Architekten in einer Tageszeitung zur Fertigstellung eines Baus zu gratulieren, empfand das AIA 1951 als „not in good taste“.⁸⁶¹

Ein weiterer dokumentierter Fall einer solchen unzulässigen Werbeanzeige betraf den Architekten Alfred Joseph. Er hatte für eine Anzeige im *Courier-Journal Louisville* am 20. Juni 1954 bezahlt, die eine neue Fabrik der *Marley Company* in Louisville, Kentucky bewarb. Ebenfalls erwähnt wurde in der Anzeige die Firma *Metallic Building Company*,

855 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Director Minutes vom 27.–29.10.1952, S. 15.

856 AIA/Board/ExComMin/1951, AIA Board of Director Minutes vom 30.09–02.10.1951, S. 23.

857 Ebd.

858 AIA/Board/ExComMin/1961, AIA Board of Director Minutes im Januar 1961, S. 71.

859 AIA/Board/ExComMin/1967, AIA Board of Director Minutes vom 13.–15.03.1967, S. 7.

860 AIA/Board/ExComMin/1951, AIA Board of Director Minutes vom 04.–11.05.1951, S. 14.

861 AIA/Board/ExComMin/1951, AIA Board of Director Minutes vom 30.09–02.10.1951, S. 23.

mit deren Produkten der Bau errichtet worden war. Somit entstand der Eindruck, der Architekt Alfred Joseph empfehle ebendiese Baumaterialien. Der Beschuldigte verteidigte sich mit dem Argument, andere Architekten hätten das vor ihm auch schon getan. Dennoch wurde er des unprofessionellen Verhaltens für schuldig befunden und ein Jahr lang vom AIA ausgeschlossen.⁸⁶²

Eine Zulassung gerade dieser Form öffentlicher Präsenz wünschten sich aber auch andere Ortsverbände. Das *Washington Chapter* geriet 1958 in Kritik, weil es einem ortsansässigen Architekten zur Eröffnung eines Baus gratulierte.⁸⁶³ In den Ratssitzungen des AIA wurde diesbezüglich 1958 von einem „constant problem“ gesprochen. So sei es zu einfach, in solchen Fällen lediglich auf das Werbeverbot zu verweisen. Ein kategorisches Verbot sei an dieser Stelle keine Lösung, denn bestehen bleibe das Problem „of making sure that the architect gets credit for his part in the design of a building“.⁸⁶⁴ Ein Dilemma ergebe sich nämlich dann, wenn bei einer solchen feierlichen Eröffnung alle am Bau Beteiligten genannt würden, der Architekt aber verschwiegen werden müsse.

Das *Wisconsin Chapter* wies 1958 darauf hin, dass es auch Ingenieuren und Designern von Seiten ihrer Berufsorganisationen nicht verboten werde, fertiggestellte Neubauten in der Tagespresse anzuzeigen. Werde die Namensnennung des Architekten bei selbigem Projekt vom AIA verhindert, produziere dies eine verheerende öffentliche Wahrnehmung des Architektenberufs:

„Thus, in some cases, the public assumes that the engineers are the designers of the building [...] and the architect is without credit.“⁸⁶⁵

Mit dem gleichen Argument forderte 1960 auch die *Indiana Society of Architects* die Zulassung von „congratulatory advertising in newspapers at the time of the opening or dedication of a building“.⁸⁶⁶ Das AIA äußerte sich schließlich zustimmend, unternahm aber zunächst keine konkreten Anstrengungen, das Werbeverbot diesbezüglich zu überarbeiten.⁸⁶⁷

AIA-Sekretär Cummings erklärte dem Rat 1954, dass er von Mitgliedern häufig die Frage gestellt bekomme, was eigentlich der Unterschied sei zwischen „advertising, publicity, and

862 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Executive Committee Minutes vom 29.03.–02.04.1955, S. 67C.

863 AIA/Board/ExComMin/1958, AIA Board of Director Minutes vom 28.–02.05.1958, S. 53.

864 AIA/Board/ExComMin/1958, AIA Executive Committee Minutes vom, 08.–09.09.1958, S. 59f.

865 AIA/Board/ExComMin/1958, AIA Board of Director Minutes vom 04.–07.1958, S. 27f.

866 AIA/Board/ExComMin/1960, AIA Board of Director Minutes vom April 1960, S. 10.

867 Ebd.

public relations“.⁸⁶⁸ Etwa die Hälfte der Mitglieder sprach sich damals schon für eine Lockerung der Regeln aus, während sich die andere Hälfte aber vehement gegen jegliche Form der Werbung aussprach.⁸⁶⁹ Ratsmitglied Christenson war der Ansicht, das AIA müsse legalisieren, wozu die Architekten heutzutage ohnehin gezwungen seien. Wright wiederum äußerte Bedenken am Werbeverbot als Überbleibsel eines Professionsverständnisses, das von Ärzten und Anwälten übernommen sei, mit denen Architekten aber viel weniger gemeinsam hätten als mit Ingenieuren, denen Werbetätigkeit erlaubt sei.⁸⁷⁰ Die überwiegende Mehrheit sah den größeren Imageverlust dennoch darin, in die Ecke marktschreierischer Werbeleute gestellt zu werden, die ein Produkt feilboten. Cummings erklärte zum Anschluss besagter Sitzung:

„We resist with an iron hand anything that tends to put us in the market place competing to sell a piece of merchandise. We do everything that we can do to maintain the position of dignity which the public expects us as a profession to maintain. [...] We must keep ourselves clean [...].“⁸⁷¹

5.2.3 Striktes Verbot von Architektenporträts

Auf nationaler Ebene des Architektenverbands AIA wurden vor allem solche Fälle verhandelt, die den Verdacht erregten, hier werde Werbung für einen Baustoff oder eine Baufirma betrieben. Dies widersprach klar dem Gebot des interesselosen Handelns und damit einem Grundprinzip von Professionen. Das AIA reagierte daher auch kompromisslos, wenn die Nennung eines Architekten mit Werbung für ein Produkt einherging. Aus diesem Grund erregte auch die Zeitschrift *Architecture and Design* des Verlags *Architecture Catalog Company* Ärgernis. Dessen Mitarbeiter hatten seit 1949 wiederholt einzelne Architekten angesprochen, über die sie Artikel veröffentlichen wollten. Diese Beiträge wurden von den Autoren mit Werbeanzeigen für Produkte versehen, die eben jene Architekten beim Bau der besprochenen Häuser verwendet hatten.⁸⁷² Das wiederkehrende Problem solcher „endorsements of products“⁸⁷³ zwang den

868 AIA/Board/ExComMin/1954, AIA Board of Director Minutes vom 03.–06.03.1954, S. 64.

869 Ebd.

870 Ebd., S. 65.

871 Ebd., S. 66.

872 AIA/Board/ExComMin/1956, AIA Executive Committee Minutes vom 27.02.–1.03.1956, S. 21; AIA Board of Directors Minutes vom 27.02.–1.03.1956, S. 21.

873 AIA/Board/ExComMin/1966, AIA Board of Directors Minutes vom 18.–21.04.1966, S. 52.

AIA-Vorstand bis in die 1960er Jahre immer wieder dazu, anhand offizieller Stellungnahmen diese Praxis als illegitim zu kennzeichnen.⁸⁷⁴

Derlei Werbeanzeigen nahmen in den internen Debatten des AIA großen Raum ein. Auffällig ist dabei, dass bei den Diskussionen über unerlaubte Werbeanzeigen sehr häufig gerade die Verwendung von Architektenporträts kritisch gesehen wurde. Die strikte Ablehnung gegenüber dem Konterfei eines Architekten resultierte wohl aus dem Wunsch, sich von Werbefiguren distanzieren zu wollen. Die internen Debatten über ihre Recht- oder Unrechtmäßigkeit offenbaren jedoch, dass auch an dieser Stelle nicht ganz einfach zu bestimmen war, was als unerlaubte Werbung gewertet werden müsse und wo die Grenze überschritten sei zu einer restriktiven Praxis, bei der die Ausdrucksmöglichkeit von Architekten zu stark beschnitten werde.

Erstmals negativ fielen Anzeigen mit dem Konterfei von Architekten auf, weil nicht näher benannte Unternehmen diese 1951 wiederholt in der vom AIA selbst publizierten Zeitschrift *AIA Journal* hatten schalten wollen. Die Herausgeber wurden daraufhin angewiesen, derlei Reklame abzuweisen.⁸⁷⁵ 1954 echauffierte sich das AIA auch über eine ähnliche Anzeige im *Printers' Ink* – einer Fachzeitschrift der Werbebranche. Die gezeigten Photographien von Architekten aus Florida, mit denen Bauprodukte beworben wurden, wertete das AIA als „unethical practice“.⁸⁷⁶ Als Reaktion darauf veröffentlichte *Printers' Ink* kurze Zeit später einen Artikel, indem es das AIA als „old hat“⁸⁷⁷ diffamierte. Das AIA überlegte daraufhin, ob die ethischen Grundsätze revidiert werden müssten:

„At the present architects are going ‚all around Robin Hood’s barn‘ to get their names before the public while still staying technically within the bounds of the rule. The problem is growing constantly bigger and is spilling over to the outside public.“⁸⁷⁸

Unbedingt vermieden werden sollten aber Bilder von Architekten. Denn eine Werbung, die das Porträt eines Architekten beinhalte, besage nicht mehr nur, dass ein beworbenes Produkt bei einem Bau zum Einsatz gekommen sei, sondern impliziere darüber hinaus, dass der Architekt das Produkt auch empfehle. Damit werde seine professionelle Integrität

874 AIA/Board/ExComMin/1965, AIA Executive Committee Minutes vom 29.11.–02.12.1965, S. 8; AIA Executive Committee Minutes vom 18.–21.04.1966, S. 8.

875 AIA/Board/ExComMin/1951, AIA Executive Committee Minutes vom 11.–12.12.1951, S. 10.

876 AIA/Board/ExComMin/1954, AIA Board of Directors Minutes vom 03.–06.03.1954, S. 62.

877 Ebd.

878 Ebd.

fragwürdig.⁸⁷⁹ Diese Entscheidung wurde wenige Monate später vom AIA-Vorsitzenden L. Morgan Yost abermals in Frage gestellt. Er fordert eine Revision der bestehenden Regeln und argumentierte, in der Bauindustrie werde nun mal häufig mit Bildern der beteiligten Baufachleute geworben. Die Tatsache, dass Architekten dabei unsichtbar bleiben müssten, erwecke den Eindruck, deren Arbeit sei irrelevant. Der *Board of Directors* zeigte zwar Verständnis, rückte von seinen Grundsätzen aber nicht ab.⁸⁸⁰

Auf einer weiteren Sitzung zu Architektenporträts äußerte sich auch Walter Megronigle als PR-Berater des AIA zu Wort. Er gab zu bedenken, es sei vielleicht ratsamer, jene Firmen „trying to give the profession a helping hand“⁸⁸¹ in ihrem Vorhaben nicht zu behindern. Auch das *Chicago Chapter* pflichtete dem bei und verwies auf den Unterschied eines Porträts in einer Produktwerbung und in einer „publication of a job well-done“.⁸⁸² Der AIA-Rat ließ sich im Anschluss an die Sitzung darauf ein, Architektenporträts zukünftig zuzulassen, sofern sie „of benefit to the profession“⁸⁸³ seien. Diese Entscheidung wurde auch von der PR-Branche wohlwollend aufgenommen.⁸⁸⁴

In den darauffolgenden Monaten wurden dennoch zwei verschiedene Architekten unabhängig voneinander gerügt, die in Anzeigen aufgetaucht waren: Im März traf es Charles E. Armstrong. Als Firmeninhaber von *Home Style by Armstrong, Inc.* war sein Konterfei in einer Werbeanzeige in den Zeitschriften *Better Homes and Gardens* und *House Beautiful* zu sehen gewesen.⁸⁸⁵ Die Anzeigen enthielten nicht nur sein Porträt, sondern auch „statements of a laudatory character“ und im Textteil war zu lesen, die Firma biete diese Baupläne „at a fraction of their usual cost“ an. Für das AIA waren damit gleich mehrere Regeln des guten Geschmacks gebrochen. Der Beschuldigte gab zu, dass dies dem ethischen Standard widerspreche. Er behauptete aber auch, er habe die Anzeige in Auftrag gegeben, ohne ihr tatsächliches Aussehen vorab gesehen zu haben und gab an, die Anzeigen mittlerweile gestoppt zu haben. Als Folge wurde er dennoch getadelt.⁸⁸⁶ Einen weiteren Verstoß gegen das Werbeverbot ist von Morris Lapidus dokumentiert, der sogar für zwei Jahre vom AIA ausgeschlossen wurde. Leider wurde der Fall in den Sitzungsprotokollen nicht näher beschrieben. Angegeben wurde lediglich, dass „many

879 AIA/Board/ExComMin/1954, AIA Board of Directors Minutes vom 11.–14.10.1954, S. 53.

880 AIA/Board/ExComMin/1954, AIA Board of Directors Minutes vom 16.–17.12.1954, S. 14f.

881 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Board of Directors Minutes vom 29.03.–02.04.1955, S. 52.

882 Ebd.

883 Ebd.

884 AIA to Permint Member Photographs In Advertising, in: *Public Relations Journal* 9 (1955), S. 23.

885 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Board of Directors Minutes vom 29.03.–02.04.1955, S. 67b.

886 Ebd.

instances of what would be apparent violations of this standard were shown in evidence“.⁸⁸⁷

Nach diesen Vorfällen sah sich das AIA genötigt, die erst kürzlich erteilte Erlaubnis zur Verwendung von Architektenporträts sofort wieder einzuschränken. In einer eigenen Sitzung zu diesem Thema bemühten sich die Ratsmitglieder, den Ehrenkodex so zu überarbeiten, dass diese Porträts zwar nicht kategorisch abgelehnt, deren Angemessenheit aber sichergestellt werden könne. Die vorgeschlagenen Formulierungen erinnern in ihrem Detailreichtum durchaus an vergleichbare Debatten innerhalb des RIBA – auch wenn dort Kleinanzeigen anstelle von Werbeanzeigen reguliert worden waren. So wurde ein Genehmigungsverfahren vorgeschlagen, Größen festgelegt und Superlative verboten:

„Before the use of an architect’s portrait in a particular advertisement may be considered proper, a copy of the advertisement must be approved by the Executive Director of The Institute, the Secretary of The Institute, and the Public Relations Committee. [...] The tenor of the advertising shall be dignified [...]. The architect’s portrait shall be of such size as to be in good taste and not to dominate the advertisement. [...] Such terms [...] as, ‘leading’, ‘prominent’, ‘foremost’, etc., shall not be used [...].“⁸⁸⁸

In der Folge entstanden auch Werbeanzeigen mit Porträts, die den Ansprüchen des AIA genügten. Genannt wurde beispielsweise eine Anzeigenserie der Firma *U. S. Gypsum*, die verschiedene Baumaterialien produzierte. Bereits Ende 1952 war das Unternehmen an das AIA herantreten, weil es an einer Werbeaktion arbeitete, die auch Architekten öffentliche Aufmerksamkeit generieren sollte: *U. S. Gypsum* wollte sechs Architekten beauftragen, Modellhäuser mit ihren Produkten zu entwerfen, die dann auch realisiert und medienwirksam vermarktet werden sollten.⁸⁸⁹ Das AIA unterstützte dies und stellte sicher, die Anzeigen entsprächen den Vorgaben des Werbeverbots.⁸⁹⁰ 1955 waren die Bauten fertiggestellt und zur Eröffnung erschienen gratulierende Anzeigen, die auch das Porträt der beteiligten Architekten beinhalteten.⁸⁹¹

887 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Board of Directors Minutes vom 18–25.06.1955, S. 22.

888 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Executive Committee Minutes vom 09.–10.12.1955, S. 16f.

889 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 08.–09.12.1952, S. 3.

890 AIA/Board/ExComMin/1953, AIA Board of Directors Minutes vom 11.–13., 19.06.1953, S. 20.

891 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Board of Directors Minutes vom 29.03.–02.04.1955, S. 52; The AIA Public Relations Program and Its Implementation, S. 2f, Anlage zu AIA Executive Committee Minutes 19.–20.08.1955.

Trotz dieses als positiv erachteten Beispiels dachten die Verantwortlichen im AIA ein Jahr später bereits darüber nach, die Erlaubnis zur Verwendung von Architektenporträts wieder zurück zu nehmen. Das Vorgehen von *U. S. Gypsum* sei zwar lobenswert und gut für das Image des Architekten gewesen, viele andere hätten allerdings nicht den Vorstellungen entsprochen. Die neue Regel habe im Allgemeinen vielmehr „to a breaking down of the high precepts of the profession“⁸⁹² geführt. Auch seien die mit Bitte um Genehmigung vorgelegten Anzeigen allesamt inakzeptabel gewesen, da sie nicht wie ursprünglich gedacht den Berufsstand „in a favorable light“ gezeigt hätten.⁸⁹³ Auf der Jahresversammlung und in den Vorstandssitzungen hatten sich die Mitglieder 1956 auf eine überarbeitete Version des Werbeverbots bezüglich der Porträts geeinigt. 1958 hielt daher erstmals auch der Ehrenkodex ausdrücklich ein Verbot von Architektenporträts und dessen Ausnahmen fest:

„The use of the portrait of an architect in connection with advertising material published by factors of the building industry will not be permitted except under special circumstances which make the use of architect's portraits in an advertisement in the interest of the profession, and then only if previously and expressly approved by The Board of The Institute. (Convention, 1956.) The Secretary and the Executive Director are delegated the power to approve, on behalf of The Board, uses of architect's portraits in advertising, consistent with the above policy.“⁸⁹⁴

Die andauernden Diskussionen über Vor- und Nachteile der Verwendung von Architektenportraits zeigt am deutlichsten, mit welchen Formaten sich das AIA im Vergleich zum RIBA auseinandersetzte. Denn auch nach heutigem Verständnis würden solche Fälle, in denen das Bild eines Architekten mit dem Verweis auf ein Produkt einherging, wohl als Werbung gewertet werden. Im RIBA, wo selbst Stellenanzeigen am liebsten nur in anonymer Form zugelassen worden wären, gestalteten sich die Debatten jedoch ganz anders. Werbeanzeigen im klassischen Sinn wurden hier erst gar nicht thematisiert und stellten wohl selbst für die eigenen Mitglieder eine undenkbbare Praxis dar.

892 AIA/Board/ExComMin/19565, AIA Board of Directors Minutes vom 27.02.–01.03.1956, S. 20.

893 AIA/509, AIA Annual Report 1956, S. 22f.

894 Standards of Professional Practice, II. Mandatory Standards, Abschnitt 12; in: AIA (Hrg.): *The Handbook of Architectural Practice*, Washington 1958, S. A 2.05.

5.2.4 Kritiker und Befürworter des Werbeverbots

Trotz der progressiven Haltung, die das AIA verglichen mit dem RIBA an den Tag legte, sprach sich im Untersuchungszeitraum die Mehrheit des Vorstands dennoch für eine Beibehaltung des Werbeverbots aus. Ohne den Eingriff der Kartellbehörden Ende der 1970er Jahre hätte das AIA möglicherweise auch weiterhin daran festgehalten. Verbreitet waren in den 1950er Jahren auch hier Befürchtungen, die Abschaffung des Werbeverbots „would open the Pandora’s Box“.⁸⁹⁵ Gerade mit Blick auf die Konkurrenz sei es bedeutsam, sich auf dem Markt deutlich abzugrenzen. Eine Angleichung an die Werbepraktiken von Fertighausanbietern werde gerade nicht helfen, „to kill this virus.“⁸⁹⁶ Diese Haltung hatte sich auch in den 1970er Jahren nicht grundsätzlich geändert. Zwar wurden vermehrt lange Sitzungen abgehalten, die das Werbeverbot und die Möglichkeit seiner Abschaffung diskutierten.⁸⁹⁷ Dabei drückten verschiedene Architekten ihre Zustimmung zu einer Lockerung aus. Aber bestehen blieb die Furcht davor, „it could become a Frankenstein Monster“.⁸⁹⁸ Schließlich sei das Werbeverbot eine der definierenden Eigenschaften einer Profession: „[I]f advertising is permitted to professionals, then they are no longer professionals. This is a basic premise.“⁸⁹⁹ Trotz unterschiedlicher Meinungen kam eine eigens eingesetzte Untersuchungskommission im Dezember 1974 letztlich zu dem Schluss, eine Änderung des Werbeverbots sei nicht nötig.⁹⁰⁰

Einiges deutet darauf hin, dass diese Meinung primär von einer älteren Generation vertreten wurde. Zu diesem Schluss kam zumindest eine Untersuchung von Werbefachleuten, die 1979 in der Zeitschrift *Current Issues and Research in Advertising* veröffentlicht wurde. Eine Befragung von 63 Architekten in einer nicht spezifizierten Metropolregion der Vereinigten Staaten hatte demnach ergeben, dass 33 % Werbung betreiben würden, sollte das AIA dies erlauben. Dabei ergaben sich klare Korrelationen zu Größe und Einkommen der befragten Architekten. Insbesondere kleine, unbekannte Büros mit geringer Popularität befürworteten Werbetätigkeiten. Während 51,7 % aller Befragten unter 40 Jahren zustimmend antworteten, waren es bei denjenigen über 40 Jahren nur

895 AIA/Board/ExComMin/1959, AIA Executive Committee Minutes 09.–10.01.1959, S. 30f.

896 Ebd.

897 AIA/Board/ExComMin/1973, AIA Board of Director Minutes vom 21.–23.03.1973, S. 41; AIA Board of Director Minutes vom 05.–08.12.1973, S. 45ff; AIA Executive Committee Minutes vom 11.11.1975, S. 104.

898 AIA/Board/ExComMin/1973, AIA Board of Director Minutes vom 05.–08.12.1973, S. 46f.

899 Ebd.

900 AIA/Board/ExComMin/1974, AIA Board of Director Minutes vom 04.–06.12.1974, S. 152.

17,6 %.⁹⁰¹ Ebenso stimmten 52 % derjenigen, die unter 26.330 \$ pro Jahr verdienten, für Werbung, während diejenigen, die ein höheres Einkommen generieren konnten, nur zu 24 % dafür waren.⁹⁰² Diese Einstellung spiegelte sich ebenfalls in der Bürogröße. So gaben 61,9 % der Architekten mit weniger als sieben Mitarbeitern an, Werbung betreiben zu wollen, während bei einer Mitarbeiterzahl von 50 oder mehr diese Zahl auf 28,6 % sank.⁹⁰³ Die Autoren der Studie generierten aus diesen Ergebnissen das stereotype Bild eines Architekten, der für eine Abschaffung des Werbeverbots votiere:

„An architect who said that he would advertise, tended to be under 40 years of age, with an income below the median of 26,330 \$, and he tended to view advertising as worth the cost. He or she most likely worked in a small firm and did not think that advertising was unprofessional. An architect who said that he or she would not advertise tended to be over 40 years old, to earn an income higher than the median, and to see a conflict between the image of advertising and the image of architects as professionals. The results indicate that architects in small firms and younger architects in general would be most likely to advertise. They would probably be the most likely to benefit as well—a point they seemed to recognize.“⁹⁰⁴

Ein Großteil der AIA-Mitglieder gehörte schon Mitte der 1960er zur jüngeren Generation. Etwa drei Viertel war erst nach 1958 eingetreten und 1967 waren 67 % der AIA-Mitglieder unter 40 Jahren.⁹⁰⁵ Stimmt die Darstellung der PR-Experten, müsste daher bereits in den 1960er Jahren eine Mehrheit der AIA-Mitglieder gegen das Werbeverbot gewesen sein. Als 1977 unter den Mitgliedern über diese Möglichkeit abgestimmt wurde, stimmten sie dennoch „overwhelmingly“ dagegen.⁹⁰⁶

Nur ein Jahr später war eine Kehrtwende eingetreten. 82 % der Mitglieder sprachen sich nun für eine Änderung des Berufskodexes aus. Den Grund für diese plötzliche Meinungsänderung sah der AIA-Jahresbericht im erst kürzlich getroffenen Urteil des *Supreme Court*,⁹⁰⁷ das die Kartellbehörde in ihrer Einschätzung bestätigt hatte, der AIA-

901 Johansson, J. K. /Merrill, Mary L. /Wilson, Ricci: Professionals and Advertising, in: Current Issues and Research in Advertising 2 (1979/1), S. 93–113, S. 101.

902 Ebd., S. 103.

903 Ebd., S. 107.

904 Ebd., S. 112.

905 AIA/509, AIA Annual Report 1967, S. 13.

906 AIA/509, AIA Annual Report 1977, S. 10.

907 AIA/509, AIA Annual Report 1978, S. 1.

Ehrenkodex begünstige Monopolbildung.⁹⁰⁸ Eine Abschaffung des Werbeverbots war damit auch im AIA politisch motiviert und nicht durch die eigenen Mitglieder durchgesetzt worden. In Großbritannien und den Vereinigten Staaten pflegten Professionen vergleichbar restriktive Werbeverbote und in beiden Ländern setzte Mitte der 1970er eine Entwicklung hin zur Aufhebung dieser Einschränkungen zugunsten eines freien Wettbewerbs ein.⁹⁰⁹

Wird allein das Werbeverbot als Gradmesser für die Medienpraxis von Architekten herangezogen, so ergeben sich bei einem direkten Vergleich von RIBA und AIA letztlich nur geringe Unterschiede. Wenngleich sich das AIA mit aggressiveren Werbetechniken auseinandersetzte, so hielt es doch gleichermaßen an einem generellen Werbeverbot fest, das als integraler Bestandteil einer Profession betrachtet wurde. Wenngleich die Werbebranche in den USA einen höheren Stellenwert hatte und nicht im gleichen Maße wie in Großbritannien abgelehnt wurde,⁹¹⁰ so wirkte sich dieser Umstand nicht wesentlich auf die Haltung des AIA aus. Ganz anders war dies der Fall bei der PR-Branche, die erheblich größeren Einfluss auf das AIA ausübte. Öffentlichkeitsarbeit wurde in den USA als wesentliches Element einer professionellen Unternehmenskultur betrachtet. Und da sich im US-amerikanischen Kontext nicht nur Architekturbüros sondern auch das AIA selbst explizit als Unternehmen verstand, war die Verwendung modernster PR-Techniken obligatorisch.

5.3 Das AIA als Interessenverband freiberuflicher Architekten

Da in den USA, ganz anders als in Großbritannien, vergleichsweise wenige Mitglieder als Beamte in öffentlichen Planungsabteilungen tätig waren, fungierte auch das AIA explizit als Interessenverband freiberuflicher Architekten. 1967 waren lediglich 2% der Mitglieder im Staatsdienst tätig.⁹¹¹ Hatte in Großbritannien die Zahl beamteter Architekten im Untersuchungszeitraum enorm zugenommen, so betrieb das AIA in den Vereinigten Staaten seit Jahrzehnten erfolgreichen Lobbyismus gegen eine solche Entwicklung. Floriert hatten staatliche Planungsbehörden in den USA kurzzeitig in der Mitte des 19. Jahrhunderts. Insbesondere das 1852 als Unterabteilung des US-amerikanischen Finanzministeriums gegründete *Supervising Architect's Office* hatte mit verschiedenen

908 Zum Urteil des *Supreme Court* siehe: Wasserman/Sullivan/Palermo 2000, S. 114ff.

909 Siebert, W. Stanley: Advertising and the Professions. The Economic Argument, in: International Journal of Advertising 3 (1984), S. 189–206, S. 199.

910 Vgl. Kap. 5.4.

911 AIA/509, AIA Annual Report 1967, S. 13.

Bauten und dort tätigen Architekten einige Berühmtheit erlangt.⁹¹² Selbst in dieser Hochphase staatlicher Planungsbehörden präsentierten sich diese jedoch nicht als gesichtslose Behörden, sondern wurden meist von Einzelpersonen repräsentiert, die aus der Privatwirtschaft kamen und nach ihrer Zeit als Chef des *Architect's Office* in diese zurückkehrten.⁹¹³

Seit Mitte der 1870er Jahre betrieb das AIA Lobbyarbeit gegen die Praxis der Planungsbehörden und votierte für die Beauftragung von Privatarchitekten. Mit dem Tarsney Act of Congress war das AIA 1893 in diesen Forderungen bestätigt worden. Fortan waren im Wettbewerb, um staatliche Bauprojekte auch Privatarchitekten zugelassen. Dies ermöglichte es auch freiberuflichen Architekten, an den großen Bauprogrammen der US-amerikanischen Regierung teilzuhaben und führte dazu, dass sie für einen beständig wachsenden Anteil des Bauvolumens verantwortlich zeichneten.⁹¹⁴ Während und nach dem Zweiten Weltkrieg beschäftigte sich das AIA dann ausführlich mit den nationalen Planungen für die Nachkriegszeit und der Rolle, die Architekten bei diesen Unternehmen spielen sollten.⁹¹⁵ Völlig im Klaren war sich das AIA dabei, dass Privatarchitekten in diesen staatlich organisierten Bauprogrammen unter Umständen von einem Statusverlust bedroht sein würden. Mit dieser Erkenntnis suchte das AIA schon früh, den Kontakt mit Regierungsvertretern zu verbessern und die eigenen Interessen zu vertreten.

5.3.1 Lobbyarbeit des AIA auf nationaler und regionaler Ebene

1943 richtete das AIA zu diesem Zweck ein *The Architect and Governmental Relations Committee* ein, um dem „diminishing status of the private practitioner“⁹¹⁶ entgegenwirken zu können. Hauptaufgabe des neu gegründeten Komitees bestand darin, Regierungsvertreter von den Vorteilen einer Beauftragung von Privatarchitekten für staatliche Bauprojekte zu überzeugen. Zu diesem Zweck startete das AIA eine Kampagne, um Kongressabgeordnete und Regierungsbeamte über Charakteristiken, Qualitäten und Leistungsspektren von Architekten zu informieren. Außerdem stellte das AIA eine offizielle Liste von Privatarchitekten des ganzen Landes zusammen, die für die

912 Lee, Antoinette J.: *Architects to the Nation. The Rise and Decline of the Supervising Architect's Office*, New York 2000, S. 8.

913 Ebd.

914 Als Bauprogramme sind zu nennen: Der National Industrial Recovery Act von 1933 als Teil des New Deal, der Public Buildings Act von 1949 und der Public Buildings Construction Act von 1959.

915 AIA/509, AIA Annual Report 1942-47.

916 AIA/509, AIA Annual Report 1943, S. 1.

Umsetzung öffentlicher Bauaufträge als qualifiziert erachtet wurden⁹¹⁷ und bemühte sich um die Entwicklung und Durchsetzung eines einheitlichen Auswahlverfahrens für die Auftragsvergabe dieser staatlichen Projekte.⁹¹⁸ Jedem Architekten wurde diesbezüglich empfohlen, direkten Kontakt mit den jeweiligen lokalen Regierungsvertretern aufzunehmen und sich gegen die Einrichtung kommunaler Planungsbehörden einzusetzen.⁹¹⁹

Der Erfolg des Programms wurde bereits zwei Jahre später offenbar. Zumindest vermeldete das AIA, dass mittlerweile nahezu alle öffentlichen Bauprojekte von Privatarchitekten durchgeführt würden, die nicht nur für den Entwurf, sondern auch für die Ausführung verantwortlich zeichneten.⁹²⁰ Insbesondere im jährlich erscheinenden Arbeitsbericht des AIA, der jeweils auf der Jahreskonferenz vorgestellt wurde, wurden regelmäßig Fortschritte in dieser Richtung betont und aufgelistet, welche Unternehmungen AIA-Mitarbeiter durchgeführt hatten, um Regierungsangehörige davon zu überzeugen, freiberuflichen Architekten den Vorzug gegenüber beamteten Architekten zu geben. 1950 wurde auf Erfolge der letzten zehn Jahre verwiesen und verkündet, man habe „achieved satisfactory understanding with many of the Federal agencies.“⁹²¹

Dabei suchte das AIA den persönlichen Kontakt mit Regierungsvertretern, um Einzelpersonen von den Vorteilen privatwirtschaftlicher Bau- und Planungsleistungen zu überzeugen und damit einen Einfluss auf Exekutive und Judikative auszuüben. AIA-Präsident Purves verschickte zu diesem Zweck offizielle Stellungnahmen an verschiedene Regierungsbehörden wie *Air Force*, *Veterans' Administration*, *Federal Security Agency*, *Department of Interior*, *Housing and Home Finance Agency*.⁹²² Und auch den eigenen Mitgliedern gegenüber betonte das AIA stets, „it opposes the growth of public architectural bureaus and similar measures of Federal, state and local governments which experience has repeatedly shown to be a more expensive as well as a less satisfactory way of securing architectural services“.⁹²³

Innerhalb des Untersuchungszeitraums hatten sich im RIBA mit den Freiberuflern und den Baubeamten zwei sich gegenüberstehende Lager gebildet, die gerade auch bezüglich des

917 AIA/509, AIA Annual Report 1945, S. 5f.

918 AIA/509, AIA Annual Report 1947, S. 6.

919 AIA/509, AIA Annual Report 1943, S. 1.

920 Ebd., S. 5.

921 AIA/509, AIA Annual Report 1950, S. 5.

922 AIA/Board/ExComMin/1950, AIA Board of Directors Minutes vom 25.–27.09.1950, S. 26.

923 AIA/Board/ExComMin/1951, The A.I.A. in 1951, S. 1, Anlage B zu AIA Board of Directors Minutes vom 04.–11.05.1951.

Umgangs mit Massenmedien gegenteiliger Ansicht waren. Im Unterschied dazu hatte sich das AIA stets eindeutig für die Rechte der Privatwirtschaft eingesetzt und, wie die Quellen offenbaren, diese auch unermüdlich im politischen Kontext vertreten.⁹²⁴ Auch wurden politische Entwicklungen und insbesondere Präsidentschaftswahlen aufmerksam vom AIA verfolgt, das die republikanische Agenda favorisierte und die „socialistic connotations of the New Deal and Fair Deal“⁹²⁵ mit dem Ausbau staatlicher Bauprogramme und Planungsabteilungen ablehnte. Als Vertreter freiberuflicher Architekten betrachtete das AIA die eigene Profession als „handicapped by an adverse administrative policy [...] ever since the advent of the 1933 Roosevelt Administration“.⁹²⁶ In den 1950er Jahren wurden daher Hoffnungen auf einen Regierungswechsel und die Ablösung des Demokraten Truman durch den Republikaner Eisenhower gesetzt, von der das AIA eine Stärkung der Privatwirtschaft erwartete. Mit der Veröffentlichung seiner politischen Ansichten im Jahresbericht übte das AIA auf seine Mitglieder auch als Wähler gezielt Einfluss aus.⁹²⁷ Auch nach dem Regierungswechsel stellte das AIA seine Anstrengungen nicht ein. Um eine wirkungsvolle Strategie entwickeln zu können, wurde untersucht, welchen Anteil staatliche Bauprogramme am Bauvolumen Privater Architekten hatte⁹²⁸ und wie groß der Anteil privater Architektur- und Ingenieurbüros an den Bauprojekten einzelner Behörden war.⁹²⁹ Unermüdlich wiederholte das AIA, wie wichtig die Auftragsvergabe an

924 Bei einem Treffen mit Vertretern aus Industrie und Regierung vertrat das AIA einmal mehr die Ansicht, der Ausbau der staatlichen und bundesstaatlichen Planungsbüro sowie der Preiswettbewerb bei der Vergabe von Aufträgen an private Planungsbüros müsse gestoppt werden. Siehe: AIA/Board/ExComMin/1951, AIA Board of Directors Minutes vom 11.–12.12.1951, S. 3.

925 AIA/Board/ExComMin/1952, Report des Executive Director vom 19.06.1952, S. 2, Anlage zu AIA Board of Directors Minutes vom 19.–27.07.1952.

926 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 08.–09.12.1952, S. 19.

927 AIA/509, AIA Annual Report 1952, S. 12.

928 Anhand einer Erhebung der Auftragslage wurde festgestellt, dass es sich bei etwa einem Drittel aller Bauprojekte von Privatarchitekten um öffentliche Aufträge handele. Aufgrund dieses großen Anteils wurde beschlossen, das zunächst temporäre *Committee on the Architect and Government* zu verstetigen. Siehe: AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 19.–27.07.1952, S. 18.

929 Im Militärbau wurden demgemäß 90 % aller Bauaufträge von Privatfirmen umgesetzt. Die *Air Force* lasse zwar Vorplanungen von eigenen Planungsstäben durchführen, vergebe ihre Bauaufträge letztlich aber ebenfalls an Privatfirmen. Die *Veteran's Administration* mache ausgiebigen Gebrauch von Privatfirmen. Das *Bureau of Yards and Docks* lasse aufgrund der spezifischen Anforderungen der Bauprojekte die meiste Arbeit vom eigenen Planungsstab erledigen. Der *Public Health Service* habe beim Bau von Krankenhäusern primär überwachende Funktion inne und entwickle intern eigene Planungsstandards. Das *Office of Territories des Department of The Interior* führe zwar nur wenige Bauprojekte durch, vergebe die Aufträge jedoch allesamt an Privatfirmen. Siehe: AIA/Board/ExComMin/1953, AIA Board of Directors Minutes vom 11.–19.06.1953, S. 8.

Privatarchitekten sei,⁹³⁰ und setzte sich bei politischen Vertretern weiterhin für deren Interessen ein.

Zunächst als temporäre Arbeitsgruppe Anfang der 1940er Jahre gegründet, wurde 1952 beschlossen, das *Architect and Governmental Relations Committee* zu einer ständigen Institution auszubauen.⁹³¹ Anlass und Möglichkeiten zu politischer Einflussnahme gab es reichlich. Auf nationaler Ebene wurde sich beispielsweise darum bemüht, die AIA Mitgliedschaft als Einstellungsvoraussetzung für eine Anstellung im Bauministerium einzuführen,⁹³² verbindliche Regelungen zur Auftragsvergabe öffentlicher Bauprojekte durchzusetzen⁹³³ oder die Beauftragung freiberuflicher Architekten als obligatorisch zu etablieren.⁹³⁴ Den eigenen Berufsstand diskreditiert sah das AIA auch in der Tatsache, dass die Position des „Architect of the Capitol“ im Grunde fehlerhaft bezeichnet sei. Denn die Stelle beinhalte keine Planungs- und Architektenleistung, sondern kümmere sich vielmehr um Instandhaltungsmaßnahmen von Regierungsbauten und umfasse vornehmlich administrative Aufgaben.⁹³⁵ Beschlossen wurde unter den Ratsmitgliedern des AIA, die Regierung davon überzeugen zu wollen, dass der Titel geändert werde, was letztlich jedoch erfolglos blieb. Erst unter Nixon wurde die Stelle zwanzig Jahre später wieder mit einem Architekten besetzt, was das AIA wohlwollend zur Kenntnis nahm.⁹³⁶

Auch setzte sich das AIA in Washington dafür ein, verschiedene Wege der Kosteneinsparung zu unterbinden. 1956 stellte es beispielsweise fest, dass von Regierungsseite oft zu schlechte Honorare gezahlt würden, was an „over-zealous government officials“ liege, die versuchen würden „to save the government money at the expense of the practicing architect“. ⁹³⁷ Den AIA-Mitgliedern wurde empfohlen, in solchen Fällen die eigene Position vehement zu verteidigen, sich nicht über den Tisch ziehen zu lassen und gegebenenfalls ein schlechtes Auftragsangebot auch mal auszuschlagen. Auch wurde jedem Architekten, der sich in derart schwierigen Verhandlungen befände, empfohlen, Kontakt mit dem AIA aufzunehmen, das gerne beratend tätig werde.⁹³⁸

930 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Board of Directors Minutes vom 29.03.–02.04.1955, S. 12; AIA Board of Directors Minutes vom 24.–27.10.1955, S. 10; AIA/509, AIA Annual Report 1958, 22f.

931 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 19.–27.07.1952, S. 18.

932 AIA/509, AIA Annual Report 1953, S. 11.

933 AIA/509, AIA Annual Report 1957, S. 9f.

934 AIA/509, AIA Annual Report 1960, S. 14.

935 AIA/Board/ExComMin/1954, AIA Board of Directors Minutes vom 11.–14.10.1954, S. 15.

936 AIA/509, AIA Annual Report 1971, S. 10.

937 AIA/509, AIA Annual Report 1956, S. 14f.

938 Ebd.

Es kann davon ausgegangen werden, dass die beständige Lobbyarbeit des AIA erfolgreich war. Spätestens Mitte der 1950er Jahre hatten die staatlichen und kommunalen Planungsabteilungen Entwurfsaufgaben größtenteils abgegeben und stellten nun vornehmlich administrative Organisationseinheiten dar, die den Bauprozess überwachten und verwalteten, aber die kreativen Arbeitsbereiche der Planung an die Privatwirtschaft abgaben.⁹³⁹ Auch als 1960 in Regierungskreisen darüber nachgedacht wurde, Architektenhonorare auf 5 % der Gesamtkosten zu begrenzen, setzte sich die Berufsvertretung dagegen zur Wehr, indem sie im Senat erfolgreich argumentierte, wenn an Planungsleistungen im Vorfeld gespart werde, so führe dies nicht selten zu immensen Folgekosten, weshalb hier gerade am falschen Ende gespart werde.⁹⁴⁰

Eine weitere Strategie zur Einsparung von Baukosten, die von der Regierung diskutiert wurde, setze auf vorfabrizierte Häuser mit wiederholbaren Standardgrundrissen (insbesondere im Schulbau). Dies hätte eine Reduzierung des Planungsaufwands und damit des Leistungsspektrums von Architekten bedeutet. Um die eigenen Mitglieder von einer in dieser Hinsicht erfolgreichen Lobbyarbeit zu überzeugen, zitierte das AIA im Jahresbericht auch mal Abgeordnete des US Senats wenn sich diese besonders glorifizierend über die Rolle des Architekten geäußert hatten:

„The only group in the community who could show you how to save [money] was the architect. In case after case, where we found an economical building having been accomplished it was through them. [...] It is just as impossible to do the job [...] without the help of the architect as to go across the ocean walking on your feet.“⁹⁴¹

Auch noch im weiteren Verlauf der 1960er Jahre verteidigte das AIA weiterhin die Rechte von Freiberuflern. Ein Mitte der 1960er gegründetes *Committee on Government Liaison* kümmerte sich beispielsweise um die Verbesserung der Prozedur von Vertragsabschlüssen mit Privatarchitekten.⁹⁴² Außerdem versuchte das AIA, Bemühungen des *General Accounting Office* zu verhindern, der Preiswettbewerb bei der Auftragsvergabe zulassen

939 Lee 2000, S. 286, 288f.

940 AIA//509, AIA Annual Report 1960, S. 14.

941 AIA/Record Group 509, AIA Annual Report 1960, S. 17. Vorfabrikation und Standardisierung im Schulbau barg auch die Gefahr, die Aufträge könnten an Fertigbaufirmen vergeben werden. Mit diesem Problem hatte sich das AIA 1957 schon einmal beschäftigt. Siehe dazu: AIA/Board/ExComMin/1956, AIA Board of Directors Minutes vom 27.02.–01.03.1956, S. 15.

942 AIA/509, AIA Annual Report 1967, S. 26.

wollte, was die Honorarverordnung des AIA untergraben hätte.⁹⁴³ Stattdessen setzte sich das AIA dafür ein, dass staatliche Stellen die festgelegten Honorare von Architekten akzeptierten.⁹⁴⁴

Insbesondere gegen die Tendenz, Bauaufträge verstärkt von staatlichen und kommunalen Planungsabteilungen anstatt von privaten Büros durchführen zu lassen, wurde auch auf regionaler Ebene und projektbezogen gekämpft. Eine wichtige Rolle nahmen dabei die Regionalverbände des AIA ein, die sich hilfesuchend an den Dachverband wandten und dort um Unterstützung baten. Der Regionalverband South Carolina beispielsweise hatte sich vehement gegen Standardlösungen für Schulbauten zur Wehr gesetzt, was den generellen Planungsaufwand und damit auch die potentielle Auftragslage von Architekten eingeschränkt hätte. Ein entsprechendes Gesetz konnte mithilfe von Argumenten verhindert werden, die maßgeblich vom AIA beigesteuert worden waren. Gegen die Errichtung immer gleicher Musterbauten betonten die Gegner die Vorteile individueller Schulbauten, die an die spezifischen und jeweils einzigartigen örtlichen Gegebenheiten eines Bauplatzes angepasst seien.⁹⁴⁵

In Los Angeles wiederum versuchten lokale Baubeamte, der Stadtverwaltung per Gesetz die Beauftragung von Privatarchitekten und -ingenieuren zu untersagen. Als Lobbyorganisation freiberuflicher Architekten war das AIA der Ansicht, damit hätten die städtischen Planungsbeamten eindeutig ihren Kompetenzbereich überschritten. In diesem Zuge waren von Befürwortern der Planungsbeamten mehrere Zeitungsartikel erschienen, die eine recht feindliche Haltung gegenüber Privatarchitekten offenbarten. Donald E. Kirby, Direktor des Regionalverbands in Sierra Nevada, informierte das AIA in dieser Angelegenheit darüber, dass in der Öffentlichkeit durch verschiedene Berichte eines Herbert J. Mann massive Kritik an Privatarchitekten geübt werde. Nicht nur der Direktor des *California Council of Architects*, Melton Ferris, bringe diese in Umlauf, auch der Vorsitzende des *California Assemblies Interim Committee on School Building Costs*, Mr. Leroy Lyon, Jr. plane, diese an alle Schuldistrikte zu verschicken und damit für die Beauftragung von Beamten anstelle von Privatarchitekten zu werben.⁹⁴⁶

943 Ebd.

944 AIA/509, AIA Annual Report 1968, S. 6.

945 AIA/Board/ExComMin/1953, AIA Board of Directors Minutes vom 11.–19.06.1953, S. 9.

946 AIA/Board/ExComMin/1954, AIA Board of Directors Minutes vom 12.08.1954, S. 13.

5.3.2 Öffentlichkeitsarbeit als Bestandteil einer Unternehmenskultur

Während in Großbritannien Konflikte zwischen Freiberuflern und Beamten innerhalb des RIBA ausgefochten wurden, blieb das AIA explizit ein Interessenverband für freiberufliche Architekten, der die Interessen seiner Mitglieder auch politisch vertrat. Aufgrund der homogenen Mitgliederstruktur war es nicht nur in dieser Hinsicht einfacher, eine gemeinsame Position und Strategie zu entwickeln. Dies betraf auch die Medienpraxis von Architekten, die im AIA nicht so sehr von internen Streitigkeiten zwischen Baubeamten und Privatarchitekten geprägt war. Seine Hauptaufgabe sah das AIA diesbezüglich weniger in der Maßregelung der eigenen Mitglieder, vielmehr stand deren tatkräftige Unterstützung im Vordergrund. Aus diesem Grund verstand sich das US-amerikanische AIA auch viel stärker als die britische Schwesterorganisation als Unternehmen.

In den Quellen scheint ein unterschiedliches Selbstverständnis schon in der Selbstbeschreibung auf: Während die britische Professionsorganisation vom „RIBA Council“ geführt wurde, übernahm diese Aufgabe in den Vereinigten Staaten das „AIA Board of Directors“. Das AIA verstand sich nach eigenen Angaben selbst als „modern corporation“, das wie „General Motors or duPont“ agiere und betrachtete seine Mitglieder als „Stockholder“.⁹⁴⁷ Dieses Selbstverständnis formulierte das AIA 1967, kann aber durchaus als prägend für den gesamten Untersuchungszeitraum gelten.

Aufgrund dieser Haltung lehnte das AIA meiner Ansicht nach auch aggressivere Formen der Öffentlichkeitsarbeit weniger vehement ab als das RIBA. Sie wurde schlichtweg als integraler Bestandteil einer professionellen Unternehmenskultur verstanden. Insbesondere bei der Erstellung von Informationsbroschüren über Architekten für potentielle Kunden agierte das AIA weitaus offensiver als die britischen Kollegen.⁹⁴⁸ Hatte das RIBA 1963 ein einfaches Faltblatt zu diesem Zweck herausgegeben, produzierte das AIA Vergleichbares bereits in den 1930er Jahren. „The Value of the Architect“ führte 1938 mehrere Gründe dafür auf, weshalb ein Architekt beauftragt werden solle.⁹⁴⁹ Diesem Faltblatt folgte 1954 ein Ringbuch namens „Facts About Architecture and Architects“.⁹⁵⁰ 1963 wurde es abgelöst durch die 24-seitige Broschüre „Facts About Your Architect and His Work“.⁹⁵¹

947 AIA/509, AIA Annual Report 1967, S. 8.

948 Vgl. Kap. 5.3.2.

949 FLL/VF/NA/2545, The Value of the Architect, Washington 1938, Broschüre des AIA.

950 FLL/VF/NA/2545/A, Facts About Architecture and Architects, Washington 1954, Broschüre des AIA. Produziert wurde diese Broschüre von *Ketchum Inc.* Vgl. Kap. 5.3.2.

951 FLL/VF/NA/2545/AIA, Facts About Your Architect and His Work, Washington 1963, Broschüre des AIA.

Die erneut überarbeitete Version „Your Building & Your Architect“⁹⁵² aus dem Jahr 1968 wurde im Querformat gedruckt und enthielt zahlreiche Fotografien. 1973 wiederum wurde „You and Your Architect“⁹⁵³ im quadratischen Format in Siebdruckoptik nach Pop-Art-Manier gedruckt.

Auch der *AIA Annual Report* wurde zwischen 1950 und 1980 zunehmend aufwendiger gestaltet. Bis einschließlich 1950 war der Jahresbericht noch als formloses DIN-A4-Dokument verbreitet worden. 1979 kehrte das AIA auch zu einem relativ schlichten und einheitlichen Design zurück. In den Jahren dazwischen präsentierte das AIA seinen Lagebericht jedoch in jährlich wechselndem Design mit unterschiedlichem Format, neuer Farbgebung und eigens gestaltetem Deckblatt. Auch der inhaltliche Teil war in diesen Jahren reichlich mit Grafiken und Fotografien bestückt.

Die Jahresberichte strichen primär die erfolgreiche Arbeit des AIA heraus und zeichneten ein durchweg positives Bild der Architekturprofession: „We are looked upon as the leaders of the construction industry.“⁹⁵⁴ Schwerpunkt des Reports stellte jeweils die Herausstellung erreichter Ziele und der erfolgreichen Arbeit des AIA. Die Betonung lag darauf, wie hoch Architekten angesehen seien, welche herausragende Position sie innerhalb des Baugewerbes einnahmen und wie geschätzt sie bei Regierungsvertretern seien. In Zeiten prosperierender Wirtschaft nach dem Zweiten Weltkrieg mag dieses Bild zutreffen haben.⁹⁵⁵

Debatten über die Konkurrenz des Package Dealer verdeutlichen aber auch, dass das AIA wohl eher um eine solche Darstellung bemüht war, als dass es der Realität entsprochen hätte.⁹⁵⁶ Steigende Zahlen von Eigenheimen als Resultat eines in den 1930er Jahren begonnenen Suburbanisierungsprozesses ließ zwar die Zahl der Neubauten ansteigen,⁹⁵⁷ diese Aufträge wurden jedoch nicht alleine von freiberuflichen Architekten ausgeführt. Vielmehr dominierten Fertigbauunternehmen einen Großteil des Marktes. Architekten genossen keineswegs die uneingeschränkte Führungsrolle, die das AIA stets betonte.

Mit Rückblick auf das Jahr 1956 lobte der Jahresbericht die „sound and happy economy“,⁹⁵⁸ die eine hervorragende Auftragslage für Architekten produziere. Dabei hatte

952 FLL/VF/NA/2545/C, *Your Building & Your Architect*, Washington 1968, Broschüre des AIA.

953 FLL/VF/NA/2550/D/1973, *You and Your Architect*, Washington 1973, Broschüre des AIA.

954 AIA/509, *AIA Annual Report* 1949, S. 1.

955 Heideking, Jürgen /Mauch, Christof: *Geschichte der USA*, Tübingen 2008, S. 306.

956 Vgl. Kap. 5.7.2.

957 Heideking/Mauch 2008, S. 307, 311.

958 AIA/509, *AIA Annual Report* 1956, S. 10.

sich die Rezession der Jahre 1957/58 zu diesem Zeitpunkt schon angekündigt.⁹⁵⁹ Das AIA erklärte den eigenen Mitgliedern jedoch, die Lage sei viel besser, als „the voice of distress“ ihnen Glauben machen wolle:

„We would like to call emphatically to your attention that the profession enjoys a far greater prestige in the country and in the society than the voice of distress would have you believe. You are members of a great profession. You have an excellent and historic organization, entrusted with the maintaining and guidance and leadership of that profession.“⁹⁶⁰

Noch Anfang 1958 proklamierte das AIA ein „golden age of architecture“⁹⁶¹. Eine Verschlechterung der ökonomischen Situation war aus der Perspektive des AIA nicht zu erkennen. Vielmehr wurde die Ansicht vertreten, eine „recession seems to exist largely in the headlines of the newspapers and articles in periodicals“.⁹⁶² In einer Rede des AIA-Präsidenten Purves vor dem *Connecticut Chapter* desselben Jahres klang die Lage jedoch weit weniger positiv. Purves sprach von einer „loss of position“⁹⁶³ des Architekten und sorgte sich um das „survival“⁹⁶⁴ der Architekturprofession. Er sprach die „severe and drastic competition with package dealers“⁹⁶⁵ an und legte dar, der Architekt habe „ceased to be a master builder“.⁹⁶⁶

Die Jahresberichte des AIA scheinen primär die Funktion gehabt zu haben, die eigenen Mitglieder von der erfolgreichen Arbeit ihres Verbands zu überzeugen. Das finanzielle Kapital des AIA generierte sich auch maßgeblich aus Mitgliedsbeiträgen. Eine Inszenierung als erfolgreicher Lobbyverband war für das AIA daher von großer Bedeutung. Es sei an dieser Stelle daran erinnert, dass die Mitgliedschaft im AIA auf freiwilliger Basis erfolgte. Seit 1920 musste ein Architekt zwar Mitglied der Lizenzbehörde *National Council of Architectural Registration Board* (NCARB) werden, um rechtmäßig als Architekt praktizieren zu können. Die Zugehörigkeit zum AIA erfolgte jedoch aus Prestige Gründen.

959 Heideking/Mauch 2008, S. 306.

960 AIA/509, AIA Annual Report 1956, S. 10.

961 AIA/509, AIA Annual Report 1957, S. 6.

962 AIA/Board/ExComMin/1958, AIA Board of Directors Minutes vom 04.–12.07.1958, S. 6f.

963 LOC/MSS31211/Box3, Our Profession Today, Manuskript einer Rede des AIA-Präsidenten Edmund R. Purves in New Haven am 11.12.1958, S. 3.

964 Ebd., S. 6.

965 Ebd., S. 7.

966 Ebd., S. 8.

In den USA wurden Lizenzen seit dem frühen 20. Jahrhundert von lokalen Architekturgesellschaften, den *AIA Chapters*, vergeben. Dabei hatte jeder Bundesstaat unterschiedliche Regelungen, Anforderungen und Prüfungsmethoden. Zum Teil konnte mit der Lizenz eines Bundesstaats auch die Zulassung in einem weiteren beantragt werden, wobei die Anerkennung des Architektenstatus dann häufig nur noch eine Formalität darstellte. Auf nationaler Ebene wurden die Lizenzen seit 1920 durch das NCARB koordiniert und registriert.⁹⁶⁷ Die Gründung des NCARB ging auf Initiative des AIA selbst zurück.⁹⁶⁸ Dagegen hatte das RIBA in Großbritannien in den 1920ern selbst die Rolle einer Lizenzbehörde übernehmen wollen, musste sich jedoch mit der Gründung des ARCUK als unabhängige Institution arrangieren.⁹⁶⁹

Mithilfe von Broschüren warb das AIA nicht nur um potentielle Bauherren für die eigenen Mitglieder. Es betrieb im Untersuchungszeitraum auch Eigenwerbung zur Mitgliederakquirierung. Umfangreiche Infobroschüren wie „The A.I.A., What It Is, What It Does“⁹⁷⁰ von 1959, „The AIA“⁹⁷¹ von 1969 oder „You and the AIA“⁹⁷² aus dem Jahr 1973 verfolgten auch die eigene Imagepflege und die Erhöhung von Mitgliederzahlen. Erklärtes Ziel war es, „that the A.I.A. speak for as great a percentage of architects as is possible“.⁹⁷³ Zielten derlei Informationsbroschüren auf bereits etablierte Architekten, brachte das AIA zusätzlich Prospekte heraus, die junge Menschen in ihrer Berufswahl beeinflussten. Eine Broschüre wie „Designing a Better Tomorrow. A Career in Architecture“ von 1963 sprach explizit High School Schüler an.⁹⁷⁴ Im Vergleich zum RIBA war das AIA gerade in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts durchaus erfolgreich

967 Elliot 2003, S. 160. Die Lizenzierung war damit ebenso wie in Großbritannien von der AIA-Mitgliedschaft abgekoppelt und das NCARB als eigenständige Institution etabliert. Entscheidend sind und waren jedoch weiterhin die bundesstaatlichen Lizenzbehörden. Von denen verlangten 1995 beispielsweise nur 40 % der bundesstaatlichen Lizenzbehörden explizit nach NCARB-Zertifikaten, zumeist wurden auch andere Nachweise zur Genehmigung der Lizenzen anerkannt. Ebd., S. 159ff.

968 Wasserman/Sullivan/Palermo 2000, S. 109.

969 Vgl. Kap. 3.4.4.

970 Erarbeitet wurde diese Broschüre von der PR-Agentur *Henry Kaufman & Associates*. Erwähnt wurde diese Broschüre zumindest in den Sitzungsprotokollen des AIA-Vorstands, auch wenn das Original im Archiv nicht ausfindig gemacht werden konnte. Siehe: AIA/Board/ExComMin/1959, AIA Board of Directors Minutes vom 09.–13.11.1959, S. 70f.

971 FLL/VF/NA/11/Am/1969, The AIA. The Architect, His Profession and His Professional Society, Washington 1969, Broschüre des AIA.

972 FLL/VF/NA/11/Am/1973, You and the AIA, Washington 1973, Broschüre des AIA. Diese Broschüre wurde in veränderter Form seit 1954 produziert. Ob für die vorliegenden Version aus dem Jahr 1973 weitere Änderungen vorgenommen wurden, kann anhand der Quellen nicht geklärt werden.

973 AIA/Board/ExComMin/1959, AIA Board of Directors Minutes vom 09.–13.11.1959, S. 70.

974 FLL/VF/NA/2000/A/1963, Designing a Better Tomorrow. A Career in Architecture, Washington 1963, Broschüre des AIA.

darin, neue Mitglieder zu generieren. 1951 waren 50 % aller in den Vereinigten Staaten tätigen Architekten auch Mitglieder beim AIA,⁹⁷⁵ 1955 lag diese Zahl bereits bei 75 %.⁹⁷⁶ Das Selbstverständnis des AIA als Unternehmen hatte auch zur Folge, dass der Werbeindustrie nicht mit völliger Abneigung begegnet wurde. So stand das AIA der Werbebranche zum Beispiel weit weniger kritisch gegenüber, wenn es um die Frage ging, ob die eigene Architekturzeitschrift *AIA Journal* Werbeanzeigen beinhalten solle. Entscheidend waren an dieser Stelle wirtschaftliche Erwägungen. Aufmerksam auf diese Möglichkeit der Gewinnerwirtschaftung wurde das AIA 1950 dadurch, dass gerade die *American Medical Association* als Professionsvertretung 95 % ihres Budgets aus Werbeanzeigen in den eigenen Publikationsorganen generierte.⁹⁷⁷ Letztlich einigte sich der Vorstand 1952 darauf, den Werbeanteil im *AIA Journal* zumindest auf die Hälfte des Gesamtumfangs zu beschränken.⁹⁷⁸

5.4 Stellenwert der PR-Branche in den USA und für das AIA

Die intensive Beschäftigung mit Öffentlichkeitsarbeit pflegte das AIA auf mehreren Ebenen. Erstens betraf dies die beschriebenen Bemühungen, auf die eigene Organisation aufmerksam zu machen. Zweitens wurde auch den einzelnen Mitgliedern nahe gelegt, sich mit dieser Thematik zu beschäftigen, wobei das AIA zahlreiche Möglichkeiten zur Weiterbildungs anbot. Drittens betätigte sich das AIA als ‚Spin Doctor‘, um auf die öffentliche Meinung einzuwirken bzw. engagierte es zu diesem Zweck ausgewiesene Experten. Viertens legte das AIA letztlich auch seine Abneigung gegenüber klassischen Werbeformaten ab und finanzierte Kampagnen für den Architektenberuf, die darauf abzielten, die Marktsituation der Mitglieder zu verbessern und mit verbreiteten Vorurteilen aufzuräumen. Derartige Beschäftigungen lehnte das RIBA lange Zeit ab. Im Laufe des Untersuchungszeitraums näherte es sich nur langsam den Praktiken des AIA und blieb dabei stets zurückhaltender.

Diese unterschiedlichen Haltungen sind wohl zu einem Großteil der Tatsache geschuldet, dass die PR-Branche in den USA höhere soziale Anerkennung genoss, weil sie sich hier

975 AIA/509, AIA Annual Report 1951, S. 9.

976 AIA/509, AIA Annual Report 1955, S. 13.

977 AIA/Board/ExComMin/1950, AIA Board of Directors Minutes im Mai 1950, S. 46.

978 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 03.–05.03.1952, S. 10. Amerikanische Zeitschriften hatten in der Regel höhere Anzeigequoten als europäische Zeitschriften. Zum Beispiel bestand das *Life Magazin* schon in den 1930er Jahren zu etwa 40 % aus Werbeanzeigen. Siehe: Grazia, Victoria de: *Das unwiderstehliche Imperium. Amerikas Siegeszug im Europa des 20. Jahrhunderts*, Stuttgart 2010, S. 311.

früher professionalisierte. Der 1947 gegründeten *Public Relations Society of America* folgte das britische *Institute of Public Relations* zwar nur ein Jahr später.⁹⁷⁹ Wie L'Etang angibt, waren die Berufsvertretungen in den USA aber weitaus erfolgreicher darin, die Branche von den negativen Assoziationen zu befreien, die ihr durch ihre Nähe zur Werbebranche anhaftete.⁹⁸⁰ Die britische PR-Branche war zumindest dahingehend ‚unprofessioneller‘, als sie im Unterschied zu Kollegen in den USA keinen Berufskodex etablierte.⁹⁸¹ Belegt ist auch, dass die britische PR-Szene von US-amerikanischen Experten noch nach dem Zweiten Weltkrieg als hochgradig veraltet angesehen wurde. Mit dem Eintritt US-amerikanischer PR- und Werbefirmen in den britischen Markt Mitte des 20. Jahrhunderts wurde die Rückständigkeit der europäischen Kollegen offenbar.⁹⁸²

In den Vereinigten Staaten konnte sich die PR-Branche offenbar auch deshalb erfolgreich etablieren, weil sie positiv konnotierte Eigenschaften anderer Berufszweige wie dem Journalismus vereinnahmte.⁹⁸³ Die ersten PR-Leute der 1920er Jahre hatten häufig, wie die Gründungsväter Ivy Lee und Edward Bernay, zuvor als Journalisten gearbeitet.⁹⁸⁴ Nach eigenem Selbstverständnis verschafften sie als ‚news engineers‘⁹⁸⁵ unterbelichteten Themen die verdiente Öffentlichkeit. Sie sahen sich in dieser Hinsicht in der Tradition des ‚Muckraking Journalism‘ – auch wenn sich dieser in der *Progressive Era* der 1890 bis 1920 Jahre mit sozialen Missständen oder Korruptionsfällen beschäftigt hatte.⁹⁸⁶ Somit war die Verwandtschaft zwar eher rhetorischer Art, bewirkte nach Ansicht L'Etangs aber dennoch eine besondere gesellschaftliche Akzeptanz im US-amerikanischen Kontext.⁹⁸⁷

979 L'Etang, Jacqueline Y.: *The Professionalisation of British Public Relations in the Twentieth Century: A History*, Stirling 2001, S. 198; Raucher, Alan R.: *Public Relations and Business 1900–1929*, Baltimore 1968, S. 139.

980 L'Etang 2001, S. 198.

981 Ebd., S. 144.

982 Grazia, Victoria de: *Das unwiderstehliche Imperium. Amerikas Siegeszug im Europa des 20. Jahrhunderts*, Stuttgart 2010, S. 270, 281.

983 Wie die Abgrenzung zu den benachbarten Disziplinen ablief, darüber ist sich die Forschung uneinig. Tedlow hebt die harte Konkurrenzsituation zwischen den Beteiligten hervor und schildert die Kritik von Journalisten an Werbeleuten. Raucher wiederum zeichnet ein vergleichsweise harmonisches Bild der Konkurrenten. So hätten Journalisten Anfang des 20. Jahrhunderts PR zwar skeptisch betrachtet und der Branche betrügerische Absichten unterstellt, gleichzeitig sei damit aber auch eine Hoffnung auf einfachere Zugänglichkeit zu Informationen verbunden gewesen. Gegenwehr von Seiten der Journalisten habe es zu Beginn des 20. Jahrhunderts aus Angst vor Einkommensverlusten zwar gegeben, nachdem sich diese Befürchtungen jedoch als unberechtigt herausgestellt hätten, sei diese Oppositionshaltung aufgegeben worden. Siehe: Tedlow, Richard S.: *Keeping the Corporate Image: Public Relations and Business, 1900–1950*, Greenwich 1979, S. 170–182; Raucher 1968, S. 140–142.

984 Ewen, Stuart: *PR! A Social History of Spin*, New York 1996, S. 76; Raucher 1968, S. 37f.

985 Lee, Gerald Stanley: *Crowds: A Study of the Genius of Democracy and of the Fears, Desires, and Expectations of the People*, London 1913, S. 556f. Zitiert nach: Ewen 1996, S. 76.

986 Ewen 1996, S. 76.

987 L'Etang 2001, S. 195.

Aber auch der Rekurs auf die Werbebranche bot positive Zuschreibungen. Diese hatte sich in den USA bereits im ausgehenden 19. Jahrhundert zu verwissenschaftlichen begonnen.⁹⁸⁸ So vereinnahmte die PR-Branche objektiv-wissenschaftliche Methoden, die eindeutig der Werbepraxis entlehnt waren. Dazu zählten beispielsweise Verbraucherbefragungen, Marktforschungsstudien, Statistiken über Auflagenzahlen oder Forschungsfelder wie Verpackungspsychologie und Produktentwicklung. Mit der Etablierung eines Verhaltenskodexes und einer akademischen Ausbildung in den Fächern Psychologie, Sozial- und Wirtschaftswissenschaft war auch die Werbeindustrie in den USA als Profession anerkannt.⁹⁸⁹ Dem Beruf wurde in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts bereits so großes Ansehen entgegen gebracht, dass 1926 selbst der amerikanische Präsident Calvin Coolidge die Leistungen der Werbewirtschaft im Dienste der Nation pries.⁹⁹⁰ So waren Werbefachleute zu dieser Zeit auch in staatlichen Organisationen wie dem *Committee on Public Information* aktiv gewesen, das kurz vor Eintritt der USA in den Krieg gegründet worden war. Seine Aufgabe war es, einerseits den Gegner zu demoralisieren,⁹⁹¹ andererseits die Zustimmung der eigenen Bevölkerung für den Kriegseintritt sicherzustellen.⁹⁹²

Die erfolgreiche Propagandamaschinerie des Ersten Weltkriegs hinterließ nicht nur bei US-amerikanischen Unternehmern ein Bewusstsein dafür, wie die öffentliche Meinung beeinflusst werden könne.⁹⁹³ Aber die Anerkennung der PR-Branche durch den Staat, der ihre Expertise in den 1930er Jahren nun auch für Projekte wie den *New Deal* in Anspruch nahm, wirkte sich hier besonders positiv auf die soziale Stellung des Berufsstandes aus.⁹⁹⁴ Insbesondere in der Zwischenkriegszeit war durch die offensichtlichen Erfolge nationaler Propaganda das Ansehen der PR-Branche gestiegen. Tedlow macht dies unter anderem daran fest, dass in der Presse erstmals von „government public relations men“ geschrieben wurde, ohne dass dieser Titel in Anführungszeichen gesetzt wurde.⁹⁹⁵

Damit hatte sich die PR-Branche in den Vereinigten Staaten schon früh einige der Eigenschaften angeeignet, die eine Profession ausmachen: Institutionalisierung war durch

988 Laird, Pamela W.: *Advertising Progress. American Business and the Rise of Consumer Marketing*, Baltimore 2001, S. 304–328; Grazia 2010, S. 261–325; Lears, Jackson: *Fables of Abundance. A Cultural History of Advertising in America*, New York 1994, S. 89, 197.

989 Grazia 2010, S. 273.

990 Ebd.

991 Grazia 2010, S. 275.

992 Ewen 1996, S. 104.

993 Ebd., S. 131.

994 Ebd., S. 262.

995 Tedlow 1979, S. 180.

die Gründung von Berufsvertretungen hergestellt; Verwissenschaftlichung war durch die Etablierung universitärer Ausbildungswege und die Übernahme von Methoden und Theorien aus anderen Fächern nachgewiesen; Gemeinwohlorientierung wurde durch eine Bezugnahme auf den Journalismus bekräftigt. Als Experten auf dem Gebiet der Meinungsmache wussten US-amerikanische PR-Leute ihrem Berufsstand auch auf anderen Wegen soziales Ansehen zu verschaffen: Als größten ‚Publicity Stunt‘ von Edward L. Bernays in den 1920er Jahren betrachteten zeitgenössische Beobachter eine Titeländerung, mit der er aus verschmähten „publicity men“ anerkannte „public relations counsel“ gemacht hatte.⁹⁹⁶

Einen solchen PR-Berater beschäftigte das AIA spätestens seit Mitte des 20. Jahrhunderts. Im Vergleich zum RIBA war Public Relations für das AIA aber auch damals schon keine Neuheit. Zumindest zeichnete die von Henry H. Saylor verfasste Geschichte des AIA, die 1957 anlässlich des hundertjährigen Bestehens des AIA erschien, ein solches Bild. Demnach habe das AIA schon auf die Weltwirtschaftskrise Anfang der 1930er-Jahre mit verstärkter Publizität reagiert. Auf diese Zeit datierte der Autor Saylor nämlich den Moment, in dem sich das AIA gewahr wurde, „that some form of public relations was needed“.⁹⁹⁷ Die Öffentlichkeitsarbeit von Architekten stellte nach seiner Darlegung schon seit den 1940er Jahren ein wiederkehrendes Thema in den einschlägigen Architekturzeitschriften dar.⁹⁹⁸ Erst in den 1950er Jahren und inmitten einer guten Auftragslage sei Öffentlichkeitsarbeit nun aber bestimmend für die Arbeit des AIA geworden.⁹⁹⁹ Die Wertschätzung, die das AIA der PR-Branche entgegen brachte, entsprach aber auch dem Zeitgeist. Der PR-Historiker Tedlow jedenfalls konstatiert eine erfolgreiche Anerkennung als Profession in der Zeit der Wirtschaftskrise, die zu Beginn der 1950er Jahren einen neuerlichen Schub habe verzeichnen können.¹⁰⁰⁰

Zwischen 1950 und 1980 vertraute das AIA auf die Expertise jeweils wechselnder PR-Experten. Damit näherte sich die Organisation sukzessive solchen Praktiken, die lange als

996 Ebd., S. 182.

997 Saylor, Henry H.: *The A.I.A.'s First Hundred Years*, Washington 1957, S. 46.

998 Stowell, Kenneth K.: *Poor Relation—Public, That Is*, in: *Architectural Record* 102 (1947/7), S. 69; McAndrews, Robert J.: *Public Relations and the Architect*, in: *Architect & Engineer* 176 (1949/3), S. 10–11; Walker, Ralph: *Public Relations*, in: *AIA Journal* 12 (1949/Dez), S. 243–251; Lucht, Harry A.: *Architects are Lacking in Public Relations*, in: *The National Architect* 7 (1951), S. 2; Etke, Asher B./Dodd, Raymond: *The Architect and Public Relations*, in: *Progressive Architecture* 33 (1952/Okt), S. 19–20; Postley, Maurice G.: *Public Relations for Architects*, in: *Empire State Architect* 12 (1952), S. 17; Campbell, Anson B.: *The Truth About Architects. Public Relations Goal*, in: *Architectural Record* 114 (1953/Sep), S. 10; Burson, Harold: *The Architect and Public Relations*, in: *Architectural Record* 127 (1960/Feb), S. 165–181.

999 Saylor 1957, S. 85.

1000 Tedlow 1979, S. 185.

„unprofessionell“ abgelehnt worden waren. Zu Beginn der 1950er Jahre diente die Beauftragung der Agentur *Ketchum Inc.* zunächst dazu, die eigenen Mitglieder bei ihrer individuellen Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen.¹⁰⁰¹ Ende der 1950er Jahre wurden mit *Henry Kaufman & Associates* dann regelrechte „Spin Doctors“ damit beauftragt, gezielt auf die öffentliche Meinung über Architekten einzuwirken.¹⁰⁰² Und mit *Doremus & Company* und *Case & McGrath* engagierte das AIA ab 1968 sogar zwei ausgewiesene Werbeagenturen, die elaborierte Imagekampagnen erarbeiteten.¹⁰⁰³ Möglich wurde eine solche intensive Beschäftigung mit PR- und Werbestrategien durch die massive, auch finanzielle, Unterstützung der eigenen Mitglieder.

5.5 Öffentlichkeitsarbeit als Ausdruck professioneller Selbstdarstellung

1950 betrachtete das AIA „an effective public relations program [...] a prime need of the profession“¹⁰⁰⁴ und war bereit, in ein solches Programm zu investieren. Ein bestehendes Verhältnis mit der PR-Agentur *Walton Onslow and Associates* wurde im Januar 1950 jedoch zunächst aus Geldmangel aufgelöst.¹⁰⁰⁵ Wenige Monate später plädierte John J. White, der amtierende Vorsitzende des *AIA Department of Public and Professional Relations*, für eine Aufstockung seines Budgets, um ein effektives PR-Programm durchführen zu können.¹⁰⁰⁶

Im Jahresbericht 1952 bereitete das AIA dann auch seine Mitglieder erstmals darauf vor, dass über eine Erhöhung des Mitgliedsbeitrags nachgedacht werde, um ein umfangreiches PR-Programm auflegen zu können und kündigte an, dass über diese Option auf der Jahresversammlung abgestimmt werden solle.¹⁰⁰⁷ Einzelne Kritiker fanden diese Pläne zwar bedenkenswert und verwiesen darauf, dass die beste PR für Architekten stets gute Architektur sein müsse.¹⁰⁰⁸ Die Mehrheit sah dies wohl aber anders, so dass die Abstimmung letztlich zustimmend ausfiel und der Mitgliedsbeitrag um 25 % von 40 \$ auf 50 \$ erhöht werden konnte. Noch im selben Jahr wurde die Agentur *Ketchum Inc.* engagiert.¹⁰⁰⁹

1001 Vgl. Kap. 5.5.

1002 Vgl. Kap. 5.6.

1003 Vgl. Kap. 5.7.

1004 AIA/509, AIA Annual Report, 1950, S. 10.

1005 AIA/Board/ExComMin/1969, AIA Executive Committee Minutes vom 27.–28.01.1950, S. 12.

1006 AIA/Board/ExComMin/1950, AIA Board of Directors Minutes vom Mai 1950, S. 49.

1007 AIA/509, AIA Annual Report 1952, S. 5.

1008 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 27.–29.10.1952, S. 4.

1009 Zur Firmengeschichte von *Ketchum Inc.* siehe: Ketchum Communications Inc. History, <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/ketchum-communications-inc-history/> [Zugriff: 28.04.2016].

5.5.1 *Ketchum Inc.* – „Internal Public Relations“

Noch vor dieser Beitragserhöhung hatte das AIA 1950 bereits ein eigenes PR Komitee gegründet,¹⁰¹⁰ das unter anderem ein „packaged kit of advertising materials“¹⁰¹¹ vorbereitete. Daraus konnten AIA Chapters geeignetes Material entnehmen und an lokale Anforderungen anpassen. Mithilfe der nach 1952 engagierten externen Experten von *Ketchum Inc.* wurde dieses „advertising kit“ in den folgenden Jahren weiter ausgebaut und mit Filmen und Broschüren¹⁰¹² sowie mit vorgefertigten Vorträgen und Zeitungsmeldungen bestückt.¹⁰¹³ Verwendet werden konnte dieses Material zum einen von einzelnen Architekten zur Selbstvermarktung, zum anderen aber auch für institutionelle Werbung der Lokalverbände.

Das AIA veranschlagte für die Firma ein jährliches Budget von 36.000 \$ und gedachte, sie zunächst für drei Jahre zu beschäftigen.¹⁰¹⁴ *Ketchum Inc.* stellte mit Walter Megronigle einen Mitarbeiter bereit, der in Vollzeit für das AIA tätig war. Eine erste Beurteilung der geleisteten Arbeit im Jahr darauf fiel durchweg positiv aus.¹⁰¹⁵ Die Agentur hatte einen *Architectural Journalism Award* geschaffen, PR-Workshops veranstaltet sowie PR-Material erarbeitet und verbreitet.¹⁰¹⁶ Für das darauffolgende Jahr war die Produktion der Broschüre „Facts About Architecture and Architects“¹⁰¹⁷ geplant sowie das verstärkte Platzieren wohlwollender Artikel in der Presse.¹⁰¹⁸ Daneben war aber auch ein „Internal Public Relations Program“ in Planung, mit dem AIA-Mitglieder mit der eigenen Organisation vertraut gemacht und „enthusiasm for the A.I.A.“¹⁰¹⁹ verbreitet werden sollte. Das Booklet „You and the AIA“, von *Ketchum Inc.* erstellt und 1954 den eigenen Mitgliedern präsentiert,¹⁰²⁰ sollte als Lösung dienen für die „most serious public relations problems confronting The Institute“. ¹⁰²¹ Gewissermaßen finanzierten die AIA-Mitglieder mit ihren Beiträgen somit das Werbematerial, das sie von selbiger Mitgliedschaft überzeugen sollte. Unter der Leitung von *Ketchum Inc.* entstand damit die erste

1010 AIA/Board/ExComMin/1950, AIA Executive Committee Minutes vom 10.–11.07.1950, S. 15.

1011 AIA/509, AIA Annual Report 1951, S. 34.

1012 AIA/509, AIA Annual Report 1958, S. 26f.

1013 AIA/509, AIA Annual Report 1960, S. 24.

1014 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 8.–9.12.1952, S. 2.

1015 AIA/Board/ExComMin/1953, AIA Board of Directors Minutes vom 04.–06.03.1953, S. 13f; AIA Board of Directors Minutes vom 11.–19.06.1953, S. 11.

1016 AIA/Board/ExComMin/1953, AIA Board of Directors Minutes vom 30.10.–01.11.1953, S. 12f.

1017 Betitelt wurde diese Broschüre allerdings erst zwei Jahre nach dieser ersten Absichtserklärung. Siehe: AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Board of Directors Minutes vom 24.–27.10.1955, S. 16.

1018 AIA/Board/ExComMin/1953, AIA Board of Directors Minutes vom 30.–31.11., 01.11.1953, S. 14.

1019 AIA/Board/ExComMin/1954, AIA Board of Directors Minutes vom 03.–06.03.1954, S. 24.

1020 AIA/509, AIA Annual Report 1955, S. 8.

1021 AIA/Board/ExComMin/1954/, AIA Board of Directors Minutes vom 08.–19.06.1954, S. 19.

Werbebroschüre zur Generierung von Mitgliedern, der in den folgenden Jahrzehnte weitere folgen sollten.¹⁰²²

Der Jahresbericht von 1955 betonte, wie gut das PR-Programm laufe, was sich vor allem daran zeige, dass das AIA mit dem „public relations profession’s ‚Oscar““ der *American Association of Public Relations* ausgezeichnet worden sei.¹⁰²³ Positive Effekte des PR-Programms sah das AIA auch darin, dass für den alljährlich vergebenen ‚Journalism Award‘ neuerdings vor allem Zeitungsberichte eingereicht worden seien. Daraus wurde geschlossen, dass das Laienpublikum besser erreicht worden sei.¹⁰²⁴ Als zuständiger Mitarbeiter von *Ketchum Inc.* schlug Megronigle 1955 eine Ausweitung des Programms vor und forderte zusätzliche Gelder, die ihm auch genehmigt wurden.¹⁰²⁵ Die ursprünglich als temporär deklarierte Beitragserhöhung wurde dazu abermals verlängert und auch in der Zukunft nicht mehr zurückgenommen.¹⁰²⁶ Eine zusätzliche Kapitalerhöhung erwirtschaftete das AIA durch die Abschaffung eines bis dahin geltenden Beitragsnachlass für Geringverdiener.¹⁰²⁷

Zunehmend machte sich jedoch auch Unzufriedenheit unter dem AIA-Vorstand über die Zusammenarbeit mit *Ketchum Inc.* breit. Anlass dazu boten die ständig steigenden Kosten und Gehälter. Waren 1952 noch 36.000 \$¹⁰²⁸ an *Ketchum Inc.* gezahlt worden, waren es 1955 schon rund 47.000 \$.¹⁰²⁹ Dies entsprach etwa dem Betrag, der sich aus der Abschaffung des geringeren Beitragssatzes ergeben hatte.¹⁰³⁰ Nichtsdestotrotz wollte die Firma wenige Monate später den Betrag erneut erhöhen und forderte 60.000 \$, um nun drei Mitarbeiter in Vollzeit für das AIA arbeiten zu lassen.¹⁰³¹ Megronigle machte dabei unmissverständlich klar, dass das AIA für seine Firma einen sehr kleinen Auftrag darstelle

1022 Vgl. Kap. 5.3.2.

1023 AIA/509, AIA Annual Report 1954, S. 24.

1024 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Board of Directors Minutes vom 29.03.–02.04.1955, S. 17; AIA Board of Directors Minutes vom 29.03.–02.04.1955, S. 17.

1025 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Board of Directors Minutes vom 29.03.–02.04.1955, S. 16.

1026 Saylor gibt an, das AIA habe ursprünglich eine Erhöhung der Mitgliedsbeiträge von 40 \$ auf 50 \$ für lediglich drei Jahre, von 1953 bis 1955, vorgesehen, was einen Gesamtbetrag von rund 150.000 \$ erbrachte, der ausschließlich für das PR Komitee vorgesehen waren. 1955 stimmte das AIA Board für eine Verlängerung dieser zunächst temporär gedachten Erhöhung. Siehe: Saylor 1957, S. 28, 85. Vgl. dazu auch: AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Board of Directors Minutes vom 29.03.–02.04.1955, S. 16.

1027 Ebd.

1028 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 08.–09.12.1952, S. 2.

1029 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Board of Directors Minutes vom 29.03.–02.04.1955, S. 16.

1030 AIA/Board/ExComMin/1954, Treasurer’s Report, Anlage zu AIA Board of Directors Minutes vom 11.–14.10.1954.

1031 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Executive Committee Minutes vom 19.–20.08.1955, S. 9–12.

und man sich dort nur dann weiter darauf einlassen werde, wenn das Budget vergrößert werde.¹⁰³²

Das AIA sah wiederum aufgrund der Konkurrenz der Package Dealer gute Gründe, um einer Aufstockung des PR-Programms zuzustimmen. So drohe die eigene Profession, „[to] be swept into a position where each architect must become a part of a ‚package‘ practice“.¹⁰³³ Virulent war im Vorstand aber bereits 1955 ein Gefühl, der PR-Agent sei zu eigenständig und treffe zu viele nicht abgesprochene Entscheidungen.¹⁰³⁴ Gegenstand der Kritik war insbesondere ein Leitfaden für Lehrer mit dem Titel „At Home With Architecture“, in dem Grundrisszeichnungen abgebildet waren, die nicht der üblichen Qualität von Architektenzeichnungen entsprächen. Daraufhin wurde überlegt, ob es nicht besser sei, AIA-Mitglieder wieder stärker in die Öffentlichkeitsarbeit einzubinden oder die Firma *Ketchum Inc.* zu verpflichten, jegliche Unterlagen vor Absendung des Druckauftrags vom AIA genehmigen zu lassen.¹⁰³⁵

Ende 1955 meldeten sich weitere unzufriedene Stimmen, die den Verdacht äußerten, *Ketchum Inc.* wolle das ganze Programm ständig ausdehnen, um mehr verdienen zu können. Auch lagen informelle Aussagen anderer PR Experten vor, die das Budget als ungewöhnlich hoch einschätzten.¹⁰³⁶ Letztlich wurde beschlossen, den Vertrag zunächst auf einer „month-to-month basis“ weiterzuführen.¹⁰³⁷ 1956 zeigte sich der AIA Vorstand endgültig enttäuscht von der „poor work“¹⁰³⁸ der PR Agentur, war aber weiterhin der Meinung, professionelle Unterstützung sei nötig.¹⁰³⁹ Geplant war, zukünftig solle das PR-Komitee des AIA wieder mehr Ideen einbringen, anstatt sich gänzlich auf die Arbeit externer Berater zu verlassen.¹⁰⁴⁰

Ketchum Inc. bemühte sich, die erbrachten Leistungen noch einmal besonders hervorzuheben. Neben den bereits erwähnten Broschüren zeichnete *Ketchum Inc.* auch für das „Public Relations Handbook“ verantwortlich, hatte den Diafilm „Architecture – U.S.A.“ produziert, Werbeanzeigen in Zusammenarbeit mit Baufirmen vorbereitet, mit einer „National Publicity Campaign“ Magazinen wie *Look*, *Life* und *Cosmopolitan* ein

1032 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Board of Directors Minutes vom 24.–27.10.1955, S. 17.

1033 Ebd.

1034 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Board of Directors Minutes vom 18.–25.06.1955, S. OB–49f; AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Executive Committee Minutes vom 19.–20.08.1955, S. 9–12.

1035 Ebd.

1036 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Executive Committee Minutes vom 09.–10.12.1955, S. 6.

1037 Ebd., S. 7.

1038 AIA/Board/ExComMin/1956, AIA Executive Committee Minutes vom 20.–21.04.1956, S. 6.

1039 Ebd., S. 5f.

1040 AIA/Board/ExComMin/1956, AIA Board of Directors Minutes vom 11.–19.05.1956, S. 8f.

Versprechen abgenommen, in Zukunft mehr über Architektur berichten zu wollen und hatte ein „Speakers Bureau“ etabliert, das AIA-Mitgliedern Unterstützung bei öffentlichen Vorträgen bot.¹⁰⁴¹

Mit *Ketchum Inc.* war das AIA in den Jahren 1952 bis 1956 in eine erste Phase intensiver PR-Aktivitäten eingetreten. Weniger aktiv waren *Ketchum Inc.* und ihr Mitarbeiter Megronigle in dieser Zeit darin, „publicity“ zu generieren. Zwar war ein „Journalism Award“ geschaffen worden,¹⁰⁴² mit dem Zeitungsartikel und Zeitschriftenbeiträge über Architektur ausgezeichnet wurden. Hinsichtlich des Ziels, Architekten und Architektur generell mehr Öffentlichkeit in der Presse zu verschaffen, war es jedoch primär bei Absichtserklärungen geblieben. Der Vertrag mit *Ketchum Inc.* wurde Ende des Jahres 1956 endgültig gekündigt.¹⁰⁴³ Zu diesem Zeitpunkt stand das AIA auch bereits in Verhandlungen mit einer neuen PR Agentur.¹⁰⁴⁴

Ketchum Inc. konzentrierten ihre Anstrengungen zu Beginn der 1950er Jahre zunächst maßgeblich auf „internal public relations“. Dazu zählte insbesondere die Aufgabe, AIA-Mitglieder für das Thema Public Relations zu sensibilisieren und an diese zu appellieren, selbst Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben.¹⁰⁴⁵ Entscheidende Neuerungen in dieser Hinsicht stellte das PR-Handbuch und die ersten PR-Seminare für Architekten dar. Unter Federführung der PR-Agentur *Ketchum Inc.* entwickelte das AIA ein umfassendes Weiterbildungsangebot, das die eigenen Mitglieder in allen Bereichen individueller Öffentlichkeitsarbeit schulen sollte.

5.5.2 Weiterbildungsangebote für Architekten zur Öffentlichkeitsarbeit

Anstatt wie das RIBA die Öffentlichkeitsarbeit einzelner Architekturbüros kategorisch auszuschließen, unterstützte das AIA seine Mitglieder vielmehr bei der professionellen Selbstvermarktung. Seit 1949 galt die Beauftragung eines „public relations council“¹⁰⁴⁶ als legitim – eine Praxis, die das RIBA nicht nur für seine Mitglieder, sondern auch für die eigene Organisation ablehnte. 1951 stellte das AIA fest, dass tendenziell immer mehr

1041 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Board of Directors Minutes vom 24.–27.10.1955, S. 17–19.

1042 AIA/Board/ExComMin/1953, AIA Board of Directors Minutes vom 30.–31.11., 01.11.1953, S. 13.

1043 AIA/Board/ExComMin/1956, AIA Board of Directors Minutes vom 26.–30.11.1956, S. 30f.

1044 Vgl. Kap. 5.6.

1045 Vgl. Kap. 5.5.1

1046 Standards of Professional Practice, II. Mandatory Rules of the Institute, Abschnitt 8, in: AIA (Hrg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington 1953. Der Ehrenkodex in dieser Ausgabe des AIA-Handbuchs ist auf 1949 datiert.

Architekten externe PR-Berater engagieren würden. Die Bewertung dieser Tatsache blieb jedoch ambivalent und fiel nicht wie beim RIBA gänzlich negativ aus:

„If conducted on a sensible plane [sic!], it profits not only the individual architect but the profession as a whole. No reason has presented itself thus far to object to activity in this field.“¹⁰⁴⁷

Zwar wurde auch innerhalb des AIA noch Jahre später über das Für und Wider einer solchen Beauftragung von PR-Agenturen durch einzelne Architekturbüros diskutiert, wie ein Sitzungsprotokoll aus dem Jahr 1956 verdeutlicht.¹⁰⁴⁸ Demnach war dem AIA-Vorstand durchaus bewusst, dass solcherlei Aktivitäten auch negative Auswüchse haben konnten. Letztlich verständigten sich die Mitglieder aber darauf, dass die Öffentlichkeitsarbeit einzelner Architekten deshalb nicht grundsätzlich verboten werden müsse. Schließlich sei alles eine Frage der Umsetzung: Wenn ein PR-Agent einem Architekten zu guter Presse verhelfe, so sei dies nicht kategorisch abzulehnen, denn es hänge davon ab, auf welche Weise dies geschehe. Es gebe nun mal kein eindeutig als rechtmäßig oder unrechtmäßig identifizierbares Vorgehen.¹⁰⁴⁹

In den Sitzungsprotokollen und Jahresberichten des AIA wurden auch diverse Informationsbroschüren erwähnt, die Architekten in ihrer PR-Arbeit unterstützen sollten. So wurde zum Beispiel bis 1957 eine Informationsbroschüre mit dem Titel „Public Relations for the Architect“¹⁰⁵⁰ publiziert. In den Folgejahren wurde die Broschüre durch eine Artikelserie im *AIA Journal* ersetzt.¹⁰⁵¹ 1960 verbreitete das AIA weitere Beiträge im *AIA Memo*, die Architekten über PR-Strategien informierten. Als Ziel dieser Bemühungen gab das AIA den Wunsch an, „to encourage and guide good public relations on the part of the individual architect and his firm“.¹⁰⁵² 1962 veröffentlichte das AIA außerdem die Broschüre „Public Relations for the Small Architectural Office“,¹⁰⁵³ die laut eigenen Angaben „enthusiastic response from all parts of the country“ erfuhr.¹⁰⁵⁴ Zwei Jahre später

1047 AIA/509, AIA Annual Report 1951, S. 34.

1048 AIA/Board/ExComMin/1956, AIA Board of Directors Minutes vom 26.–30.11.1956, S. 72f.

1049 Ebd.

1050 FLL/VF/NA/2545/A, Public Relations for the Architect, Washington 1955, Broschüre des AIA.

1051 Denny, Robert R.: Public Relations. A Problem in Design, in: *AIA Journal* 28 (1957/Okt), S. 335–337; Ders.: Public Relations and Professional Ethics, in: *AIA Journal* 28 (1957/Nov), S. 387–390; Ders.: Public Relations. Newspaper Publicity, in: *AIA Journal* 28 (1957/Dez), S. 457–459. Robert R. Denny war Mitarbeiter der PR-Agenur *Kaufman & Associates*, die ab 1957 für das AIA tätig war. Vgl. Kap. 5.6.

1052 AIA/509, AIA Annual Report 1960, S. 24.

1053 AIA/509, AIA Annual Report 1962, S. 26.

1054 AIA/509, AIA Annual Report 1963, S. 58.

wurde die Anleitung durch das 12-seitige Booklet „You and Your Newspaper“ komplettiert.¹⁰⁵⁵ Darüber hinaus arbeitete das AIA an der Zusammenstellung vorgefertigter Reden und Artikeln über unterschiedliche Architekturthemen, die von Architekten und Lokalverbänden als Grundlage genutzt und individuell an die lokalen Bedürfnisse angepasst werden konnten.¹⁰⁵⁶ Dieses „architects’ speech kit“ enthielt zehn vorbereitete Reden und wurde offenbar so stark nachgefragt, dass schon im darauffolgenden Jahr eine weitere Auflage nötig wurde.¹⁰⁵⁷

Neben der Verbreitung von Informationsmaterial organisierte das AIA außerdem PR-Seminare für Architekten. Der Wunsch dazu wurde bereits Anfang der 1950er von Seiten mehrerer Ortsverbände geäußert.¹⁰⁵⁸ Bei Architekten selbst fand die Idee aber zunächst nur wenig Anklang. 1951 hatte das AIA beschlossen, ein erstes PR-Seminar in Washington zu veranstalten, wo die Veranstaltungskosten gering gehalten werden konnten.¹⁰⁵⁹ Dort stieß das Angebot aber auf geringes Interesse.¹⁰⁶⁰ Dagegen hatten sich Architekten aus Connecticut und New Jersey durchaus interessiert gezeigt, weshalb sich das AIA zur Durchführung eines PR-Seminars in New Haven im Februar 1952 entschloss.¹⁰⁶¹ Aber auch dieser Plan zeitigte aufgrund geringen Interesses nicht den gewünschten Erfolg.¹⁰⁶²

Generell scheint der Wunsch nach verstärkter Öffentlichkeitsarbeit weniger von Seiten der Architekten selbst eingefordert, als vielmehr vom AIA forciert worden zu sein.¹⁰⁶³ So wunderte sich der AIA-Vorstand sehr über das zunächst ausbleibende Interesse an besagten PR-Seminaren und die Ignoranz gegenüber dem „important medium of public relations“.¹⁰⁶⁴ Nach Ansicht des AIA bargen PR-Aktivitäten nicht nur Vorteile für das Ansehen jedes einzelnen Architekten, sondern auch für den gesamten Berufsstand. In der Vorstellung des AIA hatte jeder Architekt die „obligation to improve not only the public regard for himself, but for his profession as a whole“.¹⁰⁶⁵ Das AIA vertrat damit eine gänzlich andere Haltung als seine britischen Kollegen. Während das RIBA Architekten

1055 AIA/509, AIA Annual Report 1964, S. 26.

1056 Ebd.

1057 AIA/509, AIA Annual Report 1965, S. 36.

1058 AIA/Board/ExComMin/1951, AIA Board of Directors Minutes vom 30.09–2.10.1951, S. 36f.

1059 Ebd.

1060 AIA/Board/ExComMin/1951, AIA Executive Committee Minutes vom 11.–12.12.1951, S. 16.

1061 Ebd.

1062 AIA/Board/ExComMin/1952, Report des Executive Director vom 03.03.1952, S. 6, Anlage zu AIA Executive Committee Minutes vom 3.–5.03.1952.

1063 Eine der Aufgaben der 1952 engagierten PR-Agentur Ketchum Inc. bestand daher auch darin, AIA-Mitglieder von den Vorteilen individueller Öffentlichkeitsarbeit zu überzeugen. Vgl. Kap. 5.5.1.

1064 AIA/Board/ExComMin/1952, Report des Executive Director vom 03.03.1952, S. 6, Anlage zu AIA Executive Committee Minutes vom 3.–5.03.1952.

1065 Ebd.

untersagte, Presseberichte über die eigene Arbeit zu lancieren, forderte das AIA gezielt dazu auf. Das AIA sah darin keinesfalls eine Bedrohung des Professionsideals. Wie die 1955 herausgegebene Informationsbroschüre „Public Relations for the Architect“¹⁰⁶⁶ vor Augen führt, wurde eine gekonnte PR vielmehr als Zeichen von Professionalität verstanden:

„The nation is growing fast and its people are constantly being hit with a barrage of propaganda and sales material from thousand sources. The Architect [...] has too often found himself lost behind his own professionalism, unwittingly allowing himself and his profession to be misconstrued, if not forgotten by the community he serves.“¹⁰⁶⁷

Die Broschüre wurde intern auch als „Public Relations Handbook“¹⁰⁶⁸ bezeichnet und informierte Architekten darüber, wie sie Beiträge über das eigene Büro in Zeitungen, Magazinen, Fernsehen und Radio platzieren könnten. Ein darin gezeigtes Baumdiagramm verdeutlicht, welche Bedeutung „public relations“ auf allen Ebenen der AIA-Tätigkeiten zukam.¹⁰⁶⁹ Geflissentlich wurden alle Kanäle ausgeschöpft, um die „public opinion“ zu beeinflussen. Dabei setzte das AIA zum einen auf PR-Programme auf institutioneller Eben,¹⁰⁷⁰ zum anderen auf die individuelle Öffentlichkeitsarbeit seiner Mitglieder.

Die Professionalität seiner Mitglieder im Umgang mit medialer Öffentlichkeit versuchte das AIA insbesondere durch die Verbreitung solchen Informationsmaterials zu verbessern. Das AIA stellte damit bereits 1955 praktische Handlungsanweisungen zur Verfügung, die Architekten auf alle Ebenen der Öffentlichkeitsarbeit aufmerksam machten. Vergleichbares Material produzierte das RIBA erst Ende der 1970er. Das AIA erklärte seinen Mitgliedern in besagtem Handbuch, dass sie es heutzutage mit „new clients“ zu tun hätten, die sich pausenlos in den Medien informieren würden und dort auf Informationen, beispielsweise von Fertighausanbietern, stoßen würden. Um in dieser Situation bestehen zu können, müsse sich auch der Architekt anpassen und sein tradiertes Professionsverständnis über Bord werfen:

1066 FLL/VF/NA/2545/A, Public Relations for the Architect, Washington 1955, Broschüre des AIA.

1067 Ebd., Teil 1, S. 1.

1068 AIA/Board/ExComMin/1951, AIA Executive Committee Minutes vom 19.–20.08.1955, S. 2.

1069 AIA-Broschüre „Public Relations for the Architect“, Washington 1955, S. 8, FLL/VF/NA/2545/A.

1070 Vgl. Kap. 5.6.

„If you remain constantly on a professional perch you are a dead dodo in this era of the *new* client.“¹⁰⁷¹

Auf den folgenden Seiten riet das Handbuch der Leserschaft, das eigene Architekturbüro als „showcase“¹⁰⁷² zu behandeln. Entsprechend sollte ein Architekt stets Infomaterial über das eigene Büro vorrätig haben und eigene Projekte in den Büroräumen ausstellen. Auch wurde empfohlen, Briefköpfe und Visitenkarten besonnen zu gestalten, Büroschilder aufzustellen, Ausstellungen zu organisieren und potentielle Kunden auf postalischem Weg anzusprechen. Außerdem wurden Informationen dazu bereitgestellt, wie der Kontakt zur Presse gepflegt werden könne und welche Sektionen einer Zeitung geeignet seien, um dort Artikel zu platzieren.¹⁰⁷³

„Make every effort to meet the press“¹⁰⁷⁴ lautete dabei das Motto. Als Ansprechpartner wurden Redakteure für die Sparten ‚Finanzen‘, ‚Frauen‘ oder ‚Immobilien‘ empfohlen. Insbesondere Kolumnisten sollten in der eigenen Adressliste geführt werden, denn „they like anecdotes and chit-chat“.¹⁰⁷⁵ Ratschläge wurden auch dazu gegeben, wie eine Pressemitteilung auszusehen habe und wie Fotos gestaltet sein müssten, um gut gedruckt werden zu können. Eine Liste der wichtigsten Begriffe im Pressewesen und ein exemplarisches „fact sheet“¹⁰⁷⁶ zur Versendung von Presseberichten komplettierte die Anleitung.¹⁰⁷⁷ Es folgten vergleichbare Hinweise für die Kontaktaufnahme mit Zeitschriften, Radio, Fernsehen und Anleitungen für öffentliche Vorträge.¹⁰⁷⁸ Der zehnte und letzte Abschnitt des Buches war dem Thema Werbung gewidmet. Verwiesen wurde auf die Tatsache, dass eine Werbeanzeige dann zulässig sei, wenn sie dem Berufsstand als solchem gute „publicity“ bringe. In diesem Zusammenhang wurde auch auf eine Anzeigenserie mit dem Titel „The Value of the Architect“¹⁰⁷⁹ hingewiesen, die große Zustimmung bekommen habe.

Ab 1958 wurden Anleitungen dieser Art, die bis dahin als gesondertes Infomaterial gedruckt wurden, dann auch im AIA-Handbuch integriert. Dort stellte das AIA fest, dass

1071 FLL/VF/NA/2545/A, Public Relations for the Architect, Washington 1955, Broschüre des AIA, Teil 3, S. 1.

1072 Ebd., Teil 3, S. 2.

1073 Ebd., Teil 3.

1074 Ebd., Teil 5, S. 1.

1075 Ebd.

1076 Ebd., Teil 5, S. 7.

1077 Ebd., Teil 5.

1078 Ebd., Teil 6–9.

1079 Ebd., Teil 10, S. 1. Der Eintrag gibt leider nur vage Informationen darüber, wo diese Serie von Werbeanzeigen erschien. Erwähnt wurde lediglich eine „recent ad series in a national magazine“.

es vielen ihrer Mitglieder noch immer an Kompetenz im Bereich der Selbstvermarktung fehle: „[M]any architects are backward about gaining publicity for themselves“.¹⁰⁸⁰ Eine Untersuchung von 1956 habe gezeigt, dass zwar einige Mitglieder Fotos, Zeichnungen und Fakten ihrer Arbeiten an die Presse weitergeben, aber nur wenige eigene Zitate zur Veröffentlichung beifügen oder einen Tag der offenen Tür abhalten würden. Mit nur 44 % würden auch nur wenige Baustellenschilder bzw. mit 21 % noch weniger Büromaterialien mit ihren Namen ausstatten und gerade einmal 5 % würden wenigstens zeitweise einen PR-Berater konsultieren.¹⁰⁸¹

Damit wies die Strategie des AIA im Umgang mit medialer Öffentlichkeit deutliche Unterschiede zu den britischen Kollegen des RIBA auf. Letztere agierte äußerst vorsichtig, um die Grenze zur Werbung nicht zu überschreiten, und beobachtete argwöhnisch jedes medienwirksame Auftreten der eigenen Mitglieder. Dagegen forderte das AIA seine eigenen Mitglieder vielmehr dazu auf, stärker in der Öffentlichkeit in Erscheinung zu treten und alle Möglichkeiten gebilligter Werbeformate zu nutzen. Der Umgang eigener Mitglieder mit Massenmedien wurde auch vom AIA überwacht und aggressive Vorgehensweisen geahndet. Im Falle des Werbeverbots war das AIA aber weniger damit beschäftigt, die eigenen Mitglieder zu maßregeln – das wurde auf Regionalebene geleistet. Das AIA sah die eigene Aufgabe vielmehr darin, die Medienpraxis von Architekten zu ‚professionalisieren‘. Die vom RIBA vehement eingeforderte Zurückhaltung im Umgang mit Massenmedien, wurde vom AIA gerade als ‚unprofessionell‘ gewertet.

5.6 Pressearbeit und ‚Spin Doctors‘

Bezüglich seiner Öffentlichkeitsarbeit trat das AIA 1957 in eine zweite Phase ein, bei der nicht mehr nur die Generierung von Mitgliedern und ihre Weiterbildung im Zentrum standen, sondern nun auch verstärkt anhand von Pressemitteilungen und lancierten Zeitungsberichten massiv auf die öffentliche Meinung eingewirkt werden sollte. Zu diesem Zweck wurde eine weitere PR-Agentur beschäftigt, die zwar die Arbeit ihres Vorgängers *Ketchum Inc.* fortführte, den eigenen Schwerpunkt jedoch auf die Pressearbeit legte.

Zu Beginn des Jahres 1957 verpflichtete das AIA Robert Denny, der als Angestellter bei der PR Agentur *Henry Kaufman & Associates* tätig war. Mit veranschlagten 39.000 \$ für

1080 AIA (Hrg.): *The Handbook of Architectural Practice*, Washington 1958, S. II 3.04.

1081 Ebd.

Gehalt plus Spesen waren seine Dienste vergleichsweise günstig zu haben.¹⁰⁸² Tatsächlich geben die Quellen jedoch keinen Aufschluss darüber, ob diese Zahl in den folgenden Jahren beibehalten wurde.¹⁰⁸³ Im Langzeittrend stiegen die Ausgaben für Public Relations zwischen 1955 und 1965 jedenfalls weiter an. Zunächst einmal führten *Henry Kaufman & Associates* die von *Ketchum Inc.* begonnenen Projekte weiter. So wurden weitere Diafilme produziert. Bestehende Broschüren wurden überarbeitet¹⁰⁸⁴ und durch neue „throw away“ pamphlets¹⁰⁸⁵ ergänzt. Außerdem wurde das „Public Relations Handbook“ durch die bereits erwähnte Artikelserie im *AIA Journal* ersetzt.¹⁰⁸⁶ Schwerpunkt der Arbeit von *Henry Kaufman & Associates* stellte jedoch die Erhöhung medialer Sichtbarkeit von Architektur und Architekten dar. Neben einer intensiven Beschäftigung mit der Presselandschaft, mit der sich Kapitel 5.6.2 beschäftigen wird, konzentrierten sich *Henry Kaufman & Associates* auch auf die Produktion und Koproduktion von Filmen.

5.6.1 Produktion von Filmmaterial

Filme wurden vom AIA schon 1950 als „most effective means of educating [...] the lay public“ angesehen.¹⁰⁸⁷ Erneut waren es die Ortsverbände, die erste Vorstöße unternahmen, solche Filme zu produzieren. Laut der Sitzungsprotokolle des AIA-Vorstands war 1952 ein solcher Film mit dem Titel „The Architect and His Place in Society“ in Bearbeitung.¹⁰⁸⁸ In den folgenden Jahren und unter der Ägide von *Henry Kaufman & Associates* wurden zahlreiche weitere Filme produziert, auch wenn es sich bei einigen der in den Quellen

1082 Ebd.

1083 Die Jahresberichte lieferten zwischen 1958 und 1968 nur undurchsichtige Angaben über die Höhe des PR-Budgets. Auch geben die konsultierten Quellen keine Auskunft darüber, wie lange *Henry Kaufman & Associates* für das AIA tätig war. Robert Denny war als deren Mitarbeiter nachweislich bis mindestens 1969 beratend für das AIA tätig. Vgl.: AIA/Board/ExComMin/1968, AIA Executive Committee Minutes vom 22.–24.04.1968, S. 5. Zu diesem Zeitpunkt war mit *Doremus & Company* aber bereits eine ausgewiesene Werbeagentur für das AIA tätig. Ob parallel dazu auch *Kaufman & Associates* weiterhin beschäftigt wurde, ist aus den Quellen nicht ersichtlich. Dafür spräche jedoch, dass das Budget für „Public Relations“ ab 1969 getrennt vom „Advertising Program“ aufgeführt wurde. Vgl.: AIA Annual Report 1970, S. 39.

1084 Die Broschüre „You and the AIA“ sollte 1957 erneuert, „Facts about Architecture and Architects“ durch „Why an Architect?“ ersetzt werden. Siehe: AIA/Board/ExComMin/1957, AIA Board of Directors Minutes vom 11.–16.11.1957, S. 21.

1085 Als neue Broschüren wurden 1959 genannt: „The American Institute of Architects. What It Is, What It Does“, „The Meaning of Architecture to You“, „The Contemporary House. What It Is and Why“ und „Buildings for Business. A Design for Profit“ dazukommen. Siehe: AIA/Board/ExComMin/1959, AIA Executive Committee Minutes vom 09.–10.01.1959, S. 56; AIA/Board/ExComMin/1959, AIA Executive Committee Minutes vom 19.–21., 25.06.1959, S. 10ff, 38.

1086 Vgl. Kap. 5.5.2.

1087 AIA/Board/ExComMin/1950, AIA Executive Committee Minutes vom 27.–28.01.1950, S. 12.

1088 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 19.–22.06, 27.07.1952, S. 21.

erwähnten Projekte mehr um geplante statt tatsächlich vollendete Projekte gehandelt haben mag.¹⁰⁸⁹

Die Filme „What is a House?“ und „A School for Johnny“ waren nach Angaben des AIA jedenfalls große Erfolge. Insbesondere letzterer war innerhalb von zwei Tagen vergriffen.¹⁰⁹⁰ Wohlwollend registriert wurden auch alle Gelegenheiten, bei denen Architekten im Fernsehen erwähnt oder interviewt worden waren.¹⁰⁹¹ Erfolgreich fertiggestellt wurde auch der Film „Form, Design, and The City“¹⁰⁹² aus dem Jahr 1962, der vom Aluminiumproduzenten *Reynolds Metals Company* mitfinanziert wurde. Eine Verletzung des Werbeverbots sah das AIA an dieser Stelle offenbar nicht. Speziell für die Verwendung an High Schools wurden Mitte der 1960er Jahre die Diastreifen „Nature, Man and Architecture“¹⁰⁹³ und „Alabaster Cities“¹⁰⁹⁴ produziert.¹⁰⁹⁵ Eine weitere, in den Quellen nicht näher benannte Serie für Schulen wurde mit finanzieller Unterstützung der *Ford Foundation*, der *Goodyear Foundation*, sowie dem *Life Magazine* realisiert.¹⁰⁹⁶ Mit weiteren Produktionen entstand eine beachtliche Menge an Filmmaterial während des Beschäftigungszeitraums von *Henry Kaufman & Associates*.¹⁰⁹⁷ Selbstauferlegtes Ziel der Agentur war es, „to create in the public mind the picture of the architect as a professional person of both economic and aesthetic worth to the community“.¹⁰⁹⁸

1089 Beispielsweise wurde 1959 Charles Eames als Produzent für einen „full-fledged AIA-sponsored motion picture on architecture“ gewonnen, für dessen Umsetzung 45.000 \$ veranschlagt waren. Drei Jahre später war das Projekt offenbar noch immer nicht vollendet, die geschätzten Produktionskosten dafür aber auf 75.000 \$ bis 100.000 \$ angestiegen. Enttäuscht zeigte sich das AIA allerdings von Eames Engagement, der zwar bereits 1.000 \$ eingestrichen hatte, um eine grobe Idee zu entwickeln, bis dato aber kein Ergebnis vorgelegt hatte. Ob es je zum Abschluss dieses Projekts kam, konnte leider nicht eruiert werden: Es gab zumindest Unstimmigkeiten, die auf einen fruchtlosen Ausgang des Projekts hindeuten. Siehe: AIA/Board/ExComMinutes/1959, AIA Board of Directors Minutes vom 09.–13.11.1959, S. 3; AIA/509, AIA Annual Report 1960, S. 24; AIA/Board/ExComMinutes/1962, AIA Executive Committee Minutes vom Juli 1962, S. 36f; AIA/Board/ExComMin/1963, AIA Board of Directors Minutes vom 02.–10.04.1963, S. 61.

1090 AIA/Board/ExComMin/1958, AIA Board of Directors Minutes vom 28.05.–02.05.1958, S. 78f; AIA Executive Committee Minutes am 08.–09.09.1958, S. 18.

1091 AIA/Board/ExComMinutes/1958, AIA Executive Committee Minutes vom 08.–09.09.1958, S. 18, S. 56; AIA/509, AIA Annual Report 1959, S. 22.

1092 AIA/509, AIA Annual Report 1962, S. 23. Siehe auch: AIA (Hrg.): *Form, Design, and The City*, Fernsehdokumentation, 55 Minuten, 1962, <https://archive.org/details/formdesignandthecity> [Zugriff: 18.01.2017].

1093 AIA/509, AIA Annual Report 1964, S. 26.

1094 AIA/509, AIA Annual Report 1965, S. 36.

1095 Hergestellt wurden auch zahlreiche Diastreifen, deren Verwendungszweck aus den Quellen nicht ersichtlich wird. Namentlich erwähnt werden diesbezüglich „The House“, „The School“, „The Church“, „Buildings for Business“ und „Community Planning“. Siehe: AIA/Board/ExComMin/1957, AIA Executive Committee Minutes vom 30.–31.08.1957, S. 9; AIA/509, AIA Annual Report 1958, S. 26f.

1096 AIA/Board/ExComMin/1965, AIA Board of Directors Minutes vom 10.–19.06.1965, S. 90.

Waren Filme also bereits in den 1950ern als wichtiges PR-Medium genutzt worden, so führten auch spätere PR-Agenturen deren Produktion für das AIA fort. Da ihr Verbleib in den allermeisten Fällen ungeklärt ist, seien sie an dieser Stelle zumindest genannt. So berichten die Quellen über einen vom AIA koproduzierten Film „A Child Went Forth“, der 28 Minuten lang gewesen sein soll und laut Jahresbericht 1970 an 425 Fernsehstationen verschickt, über 500 Mal gezeigt und von geschätzten 19.000 Zuschauern – also 38 Personen pro Ausstrahlung – gesehen wurde.¹⁰⁹⁹ Als Werbespot deklariert wurde 1975 der Film „Something This Good Can Last Forever“, der nach Angaben des AIA 60 Millionen Menschen erreicht habe.¹¹⁰⁰ Weitere Produktionen dieser Art waren geplant, ob sie umgesetzt wurden, ist unklar.¹¹⁰¹

5.6.2 *Henry Kaufman & Associates* – „National Public Relations“

Den Schwerpunkt legte die Agentur *Henry Kaufman & Associates* und deren Mitarbeiter Robert Denny jedoch nicht auf Filmmaterial, sondern auf Printmedien, von denen schnelle Erfolge erwartet wurden:

„We propose to continue working at the magazine level [...]; to broaden our work in the mass newspaper field, where results come faster and can be measured more speedily, and to continue plugging away at the more important publications in the trade magazine field.“¹¹⁰²

Tatsächlich wurden enorme Anstrengungen unternommen, um die Zusammenarbeit mit der Presse zu verbessern und die Berichterstattung über Architektur zu provozieren. Und zumindest nach Angaben des AIA waren diese Bemühungen auch äußerst erfolgreich.

1097 In den Quellen ist noch von weiteren Filmproduktionen die Rede, die aber nicht namentlich genannt werden. Siehe: AIA/509, AIA Annual Report 1968, S. 12. Hingewiesen sei an dieser Stelle auch auf eine Filmserie mit dem Titel „America by Design“, für die *Kaufman & Associates* zwar nicht verantwortlich waren, aber einer der wenigen AIA-finanzierten Filme darstellt, die einsehbar sind. Die Filmserie wurde durch eine Investition des AIA von 300.000 \$ ermöglicht und von der *Guggenheim Productions Inc.* produziert. Geplant war, die Serie 1984 auszustrahlen. Außerdem erschien ein gleichnamiges Buch zur Serie. Siehe: AIA/509, AIA Annual Report 1982, S. 3f; Kostof Spiro: *America by Design*, Filmserie, 5 Episoden: *The House, The Workplace, The Street, Public Places and Monuments, The Shape of the Land*, jeweils 60:00 Minuten, 1986.

1098 AIA/Board/ExComMin/1960, Memorandum von Henry J. Kaufman & Associates vom 14.10.1960, S. 1, AIA Executive Committee Minutes vom November 1960, Appendix-B.

1099 AIA/509, AIA Annual Report 1971, S. 16.

1100 AIA/509, AIA Annual Report 1975, S. 22.

1101 AIA/Board/ExComMin/1975, AIA Board of Directors Minutes vom 16.–17.05.1975, S. 29.

1102 Ebd., S. 15.

Das AIA pflegte keine prinzipielle Unterscheidung von Öffentlichkeiten. Somit wurde auch nicht wie vom RIBA zwischen Fach- und Laienpresse differenziert. Entscheidend war die angewendete Praktik, die eine Namensnennung zur Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit werden ließ. Zeitungsberichte zählten nach Ansicht des AIA nicht dazu, wenngleich sich die Lokalverbände diesbezüglich nicht immer sicher waren und sich zeitweise ratsuchend an das AIA wandten. Der Präsident des *Chicago Chapters*, L. Morgan Yost, fragte 1951 beispielsweise beim AIA nach, ob es unehrenhaft sei, Artikel über Bauen und Modernisieren für die *Saturday Evening Post* und andere nationale Zeitschriften zu verfassen. Das AIA antwortete, es sei der Ansicht, dies sei „not [...] unethical, if conducted very carefully“.¹¹⁰³

Das AIA prüfte Zeitungsartikel nicht nur weitaus weniger streng als das RIBA, es setzte sich vielmehr intensiv mit Möglichkeiten auseinander, wie Architekturjournalismus gezielt gefördert werden könne.¹¹⁰⁴ Auch beschäftigte sich in den USA nicht nur das AIA mit der PR-Branche, sondern die PR-Branche setzte sich auch eigeninitiativ mit Professionen im Allgemeinen und dem AIA im Besonderen auseinander. Im *Public Relations Journal* war bereits 1955 ein Beitrag von Gordon L Hough über „Public relations for a professional organization“ erschienen, dem das AIA als Fallbeispiel diene. So habe eine Umfrage ergeben, „that the man on the street knew little or nothing about the architect’s role“.¹¹⁰⁵ Die öffentliche Wahrnehmung des Architekten sei außerdem geprägt von Ignoranz und Unzufriedenheit. Dieser „lack of local publicity“¹¹⁰⁶ resultierte nach Ansicht des Autors aus einer missverstandenen Professionsehre, die Werbung und Public Relations ablehne. Eine Befragung von Zeitungsherausgebern nach dem Grund für die geringe Präsenz des Themas Architektur in ihren Zeitungen habe außerdem ergeben, dass Architekturbeiträge zwar willkommen seien, aber nicht genügend Journalisten vorhanden seien, „to dig up all its own news“.¹¹⁰⁷ Nach diesem Verständnis wäre es also die selbstverständliche Aufgabe des AIA gewesen, Neuigkeiten der Architekturbranche selbst für die Presse aufzubereiten und zur Verfügung zu stellen und genau dieser Tätigkeit widmete sich ab 1957 *Kaufman & Associates*.

1103 AIA/Board/ExComMin/1951, AIA Board of Directors Minutes vom 01.–03.03.1951, S. 18f.

1104 Allen, Roger: What Is Wrong With Architectural Journalism?, in: AIA Journal 2 (1944/Feb), S. 97; Architectural Journalism in England, in: AIA Journal 2 (1944/März), S. 147.

1105 Hough, Gordon L.: Public Relations for a Professional Organization, in: Public Relations Journal 9 (1955), S. 12–13.

1106 Ebd., S. 13.

1107 Ebd., S. 13.

Die unerbetene Einschätzung von PR-Experten mag dazu beigetragen haben, dass sich das AIA intensiver damit beschäftigte, wie die Presse dazu gebracht werden könne, mehr über Architektur, Architekten und das AIA zu berichten. Der Vorstand hatte sich Anfang der 1950er Jahre mehrfach besorgt über kritische Artikel über Architekten gezeigt. 1950 war man empört über eine Kritik an Architekten im *Readers' Digest*.¹¹⁰⁸ Im selben Jahr wurde auch ein wenig schmeichelhafter Erfahrungsbericht der *Veterans Administration* über ihre Zusammenarbeit mit Architekten in der Zeitschrift *American Hospital* registriert.¹¹⁰⁹ Von der Architekturzeitschrift *Progressive Architecture* wurde 1954 überdies Kritik am AIA selbst geübt.¹¹¹⁰ Derlei schlechte Presse wurde auch im RIBA registriert und kommentiert. Im AIA wurden daraus aber auch strategische Überlegungen abgeleitet, die in der Beauftragung professioneller Meinungsmacher mündeten. Noch von *Ketchum Inc.* war es zu einer ersten, gezielten Kontaktaufnahme mit Herausgebern von Zeitungen und Zeitschriften gekommen.¹¹¹¹ Einen messbaren Effekt konstatierte der AIA-Vorstand aber erst, nachdem *Henry Kaufman & Associates* die Beratung in PR-Angelegenheiten übernommen hatte: „More and more architects appear to be in the news [...]“,¹¹¹² wurde bereits ein Jahr nach ihrer Beauftragung festgestellt.

Insbesondere mit dem *Life Magazine* und der *Saturday Evening Post* bestünden gute Kontakte.¹¹¹³ Und Architektur habe neuerdings „a tremendous amount of space“¹¹¹⁴ in Magazinen und Zeitungen bekommen. In persönlichen Erfahrungen habe außerdem festgestellt werden können, dass Banker und Immobilienmakler „increasingly aware of and interested in good architecture“¹¹¹⁵ seien. Rückblickend auf das Jahr 1958 konstatierte auch der Jahresbericht „a growing interest in architectural subjects on the part of editors and their readers“,¹¹¹⁶ wobei *Life Magazine*, *Fortune*, *New York Herald Tribune* und *New York Times* als Belege angeführt wurden.¹¹¹⁷

Den hohen Status des Architektenberufs sahen *Kaufman & Associates* 1960 interessanterweise gerade dadurch bestätigt, dass sie als Konsumenten von

1108 AIA/Board/ExComMin/1950, AIA Executive Committee Minutes vom 10.–11.07.1950, S. 5.

1109 AIA/Board/ExComMin/1950, AIA Board of Directors Minutes vom 25.–27.09.1950, S. 26.

1110 AIA/Board/ExComMin/1954, AIA Board of Directors Minutes vom 16.–17.12.1954, S. 53f.

1111 AIA/Board/ExComMin/1957, AIA Executive Committee Minutes vom 30.–31.08.1957, S. 10.

1112 AIA/Board/ExComMin/1958, AIA Executive Committee Minutes vom 08.–09.09.1958, S. 56.

1113 Ebd., S. 55.

1114 Ebd., S. 19.

1115 Ebd.

1116 AIA/509, AIA Annual Report 1959, S. 23.

1117 Ebd., S. 37f.

Luxusprodukten in Werbeanzeigen gezeigt wurden.¹¹¹⁸ Außerdem gaben sie an, „a number of irons [...] in the fire at the big-magazine level“¹¹¹⁹ zu haben. Für das selbe Jahr betonte auch der AIA-Jahresbericht eine erfolgreiche Pressearbeit: „On the national level, increased interest in the profession and its accomplishments appears to be self-evident.“¹¹²⁰ Eine Umfrage hatte ergeben, dass 79 % der AIA Chapter der Meinung seien, „that public understanding of the profession has improved.“¹¹²¹

Wie das Kapitel über die Boston City Hall und die von Zeitgenossen konstatierte Kommunikationsprobleme zwischen Architekten und Bevölkerung verdeutlichte, entsprach diese Darstellung wohl nur bedingt der Realität. Fragwürdig ist aus heutiger Sicht, inwieweit das PR-Programm des AIA tatsächliche Erfolge zeitigte. Die Quellen verdeutlichen lediglich, dass das AIA ganz offenbar die Notwendigkeit sah, auf die öffentliche Wahrnehmung einzuwirken. Auch wenn die proklamierten Erfolge an dieser Stelle nicht verifiziert werden können, so generierte sich die PR-Agentur *Henry Kaufman & Associates* zumindest gekonnt als ‚Spin Doctor‘. In den Sitzungsprotokollen wie auch in den Jahresberichten gab es seit den späten 1950er Jahren und bis in die frühen 1970er Jahre hinein nur lobende Worte für ihre PR-Aktivitäten. Ende 1959 hielt der AIA-Vorstand fest: „The American Institute of Architects enjoys a position of great prestige.“¹¹²² Die eigenen PR-Aktivitäten seien so bemerkenswert, dass sogar die Berufsorganisationen der Ingenieure öffentlich ihre „admiration of our skill with public relations, our ‚know-how‘ with the public“¹¹²³ demonstriert hätten.¹¹²⁴

Ketchum Inc. hatte sich darauf konzentriert, AIA-Mitglieder in Sachen Öffentlichkeitsarbeit zu informieren und zu schulen. Der Schwerpunkt von *Henry Kaufman & Associates* lag nun darin, positive Schlagzeilen über Architektur, Architekten und das AIA zu generieren. 1957, im ersten Jahr ihres Beschäftigungsverhältnisses, fokussierten sie sich diesbezüglich ganz auf die 100-Jahrfeier des AIA, über die nach eigenen Angaben viel in der Presse berichtet wurde.¹¹²⁵ Eine solche Aufmerksamkeit für

1118 AIA/Board/ExComMin/1960, Memorandum von Henry J. Kaufman & Associates vom 14.10.1960, S. 4, AIA Executive Committee Minutes vom November 1960, Appendix-B.

1119 Ebd., S. 15.

1120 AIA/509, AIA Annual Report 1961, S. 21.

1121 Ebd., S. 22.

1122 AIA/Board/ExComMin/1959, AIA Board of Directors Minutes vom 09.–13.11.1959, S. 36.

1123 Ebd.

1124 Fragwürdig ist an dieser Stelle, auf welche „Öffentlichkeit“ sich diese Aussage bezog. Wie die Ausführungen in Kap. 5.3.1. Lobbyarbeit zeigen werden, zielte ein Teil des PR-Programms unter *Ketchum Inc.* wie auch unter *Kaufman & Associates* auf eine „interne PR“, die sich an die eigenen Mitglieder richtete. Die Ingenieursverbände bewunderten also möglicherweise vor allem die erfolgreiche Mitgliederakquirierung.

1125 AIA/509, AIA Annual Report 1957, S. 17, 52f.

das AIA wurde auch 1964 provoziert, indem Presseberichte über die Jahreskonferenzen des AIA verschickt wurden.¹¹²⁶ Aber erst 1965 wurde ein „National Public Relations Program“ ausgerufen, dessen Ziel es war, „to bring the architect to the center of the National Stage“¹¹²⁷. Dabei setzten *Kaufman & Associates* auf persönliche Kontakte mit der Presse und die Versendung von Pressematerial. Erstmals wurden vorbereitete Zeitungsartikel an alle großen Zeitungen des Landes verschickt.¹¹²⁸ Die Resultate dieses „oil drilling“¹¹²⁹ wurden minutiös dokumentiert.¹¹³⁰

Die Quellen vermitteln den Eindruck, die vom AIA mit Unterstützung der PR-Agentur *Kaufman & Associates* geführte Presseoffensive in den 1960er Jahren habe sich auf lange Sicht positiv auf die Präsenz von Architekturthemen in den Massenmedien ausgewirkt. „AIA relationships with ‚mass media‘ have been strengthened“,¹¹³¹ gab der Jahresbericht mit Blick auf 1967 bekannt. 1978 hatte ein Report festgehalten, dass das AIA „significant coverage“ in zehn Medien mit „top credibility“ bekommen habe.¹¹³² In den 1980ern wandten sich offenbar auch immer mehr Medienvertreter direkt an das AIA. Im Jahr 1984

1126 Im Jahr 1962 waren erfolgreich ein Artikel im *Miami Herald* platziert worden, der in seiner Sonntagsausgabe über die Verleihung der *AIA Honor Awards* samt Bildern berichtet hatte. *New York Times* und *Washington Post*, wie auch mehrere Architekturzeitschriften hatten außerdem über die Konferenz berichtet. Siehe: AIA/Board/ExComMin/1962, AIA Board of Directors Minutes vom 19.–21.09.1962, S. 102f.

1127 AIA/Board/ExComMin/1965, AIA Board of Directors Minutes vom 12.–15.01.1965, S. 73f.

1128 AIA/509, AIA Annual Report 1965, S. 35.

1129 AIA/Board/ExComMin/1965, AIA Executive Committee Minutes vom 22.–23.09.1965, S. 68.

1130 1965 konnte demnach ein ganzseitiger Artikel über Architektur im *National Observer* am 16. August lanciert werden. Auch für eine NBC Dokumentation am 3. Oktober habe der PR-Berater eng mit dem Fernsehsender zusammengearbeitet. Ebenso sollte das *Life Magazin* Ende des Jahres eine Ausgabe über Städte bringen. Siehe: AIA/Board/ExComMin/1965, AIA Executive Committee Minutes vom 22.–23.09.1965, S. 68.

1971 wurde ein Artikel im *Fortune Magazine* über „Architects and Architecture“ in der Novemberausgabe erwähnt und vom AIA als großer Erfolg gefeiert. Das AIA orderte 4.000 Nachdrucke, die an alle Mitglieder des AIA Boards übergeben wurden. 2.000 weitere waren von den einzelnen AIA Chapters bestellt worden. Siehe: AIA/Board/ExComMin/1971, AIA Board of Directors Minutes vom 01.–04.12.1971, S. 22.

1984 wurden mehrere Sonderbeiträge über Architektur in der *New York Times*, dem *Wall Street Journal*, der *Washington Post*, dem *Arizona Republic* und der *Los Angeles Times* gelobt. Zum achten Mal habe auch *U.S. News & World Report* am 14. Mai auf einer Doppelseite über die Gewinner der *AIA Honor Awards* berichtet. Die Preisträger seien auf neuen Seiten, inklusive Farbfotos, auch in der Juli/August-Ausgabe des *Horizon* vorgestellt worden. Des Weiteren genannt wurde ein 4-seitiger Artikel in der Juniausgabe des *Ebony Magazines*, ein 10-seitiger Beitrag in der *Harvard Business Review*, eine 27-seitige Coverstory im *Atlantic* im September und ein 14-seitiger Bericht im *Washingtonian Magazin* im selben Monat. Mehrere vom AIA lancierte Artikel hatte auch *Reader's Digest* abgedruckt. Außerdem hatten die Fernsehsender ABC und CBS über einen Architekturwettbewerb für Sechstklässler berichtet und die Vor- und Nachteile des „facadism“ in der Architektur diskutiert. Siehe: AIA/509, AIA Annual Report 1984, S. 4f.

1131 AIA/509, AIA Annual Report 1968, S. 12.

1132 Genannt wurden *Wall Street Journal*, *Christian Science Monitor*, *New York Times*, *Los Angeles Times*, *U.S. News and World Report*, *Newsweek*, *AP*, *UPI*, *Washington Post* und *Washington Star*. Siehe: AIA/Board/ExComMin/1978, AIA Board of Directors Minutes vom 20.–23.03.1978, S. 29f.

erreichten das AIA nach eigenen Angaben siebenhundert Anfragen von „national, local and architectural publications as well as architecture writers and TV stations“.¹¹³³ Zu diesem Zeitpunkt hatte das AIA auch ein *Media Advisory Committee* etabliert, das aus Architekturkritikern, Herausgebern und Autoren bestand und selbstgeschriebene Beiträge an Herausgeber und Autoren des ganzen Landes verschickte.¹¹³⁴

5.6.3 Architekturseminare für Journalisten

Die Darstellungen des AIA geben freilich keinen Aufschluss darüber, ob die Berichterstattung über Architektur und Architekten in den USA tatsächlich positiver ausfiel als beispielsweise in Großbritannien. Zumindest aber zeigt sich deutlich, dass das AIA sehr viel intensiver mit der medialen Präsenz von Architekturthemen beschäftigt war. Massenmedien wurden vom AIA eindeutig als Spiegel gesellschaftlicher Wertschätzung verstanden und in dieser Funktion auch sehr ernst genommen. Dies verdeutlicht auch ein Vergleich des Budgets, das beide Institutionen für PR zur Verfügung stellten: Während das RIBA seinem *Public Relation Committee* 1965 jeweils 4.500 £ pro Jahr gewährte, hatte das AIA zum selben Zeitpunkt rund 280.000 \$ und damit ein zwanzig Mal höheres Budget zur Verfügung.¹¹³⁵ Das Lancieren von Artikeln durch die Versendung von Presseberichten stellte aber nur eine der Strategien der PR-Agentur *Kaufman & Associates* dar. Vermutlich viel einflussreicher waren Architekturseminare, die gezielt für Journalisten veranstaltet wurden.

Solche Seminare finanzierte das AIA ab 1962. Das erste seiner Art fand vom 1. bis zum 3. Oktober 1961 an der *Columbia University* in New York statt und trug den Titel „The Press and the Building of Cities“.¹¹³⁶ Ziel war es, die Berichterstattung über Architektur qualitativ zu verbessern, indem Journalisten geschult und von der „great news value“¹¹³⁷ von Architekturthemen überzeugt werden sollten. Das Projekt wurde vom AIA-Vorstand als „most noteworthy“¹¹³⁸ bezeichnet. Und auch bei den Teilnehmern habe es nach anfänglicher Skepsis und Argwohn über die Motivation des AIA¹¹³⁹ letztlich großen

1133 AIA/509, AIA Annual Report 1984, S. 4f.

1134 Ebd., S. 5.

1135 AIA/509, AIA Annual Report 1966, S. 37. 280.000 \$ entsprachen damals etwa 100.000 £. Siehe: Fxtop: Historische Wechselkurse, <http://fxtop.com/de/historische-wechselkurse.php?A=280000&C1=USD&C2=GBP&DD1=&MM1=&YYYY1=&B=1&P=&I=1&DD2=08&MM2=06&YYYY2=1965&btnOK=Gehen> [Zugriff: 18.01.2018].

1136 AIA/509, AIA Annual Report, 1962, S. 17.

1137 AIA/Board/ExComMin/1962, AIA Board of Directors Minutes vom Juli 1962, S. 36.

1138 AIA/Board/ExComMin/1962, AIA Board of Directors Minutes vom 26.–30.11.1962, S. 54.

1139 Ebd.

Anklang gefunden.¹¹⁴⁰ Teilgenommen hatten 30 Reporter und ein positiver Effekt der Veranstaltung konnte nach Ansicht des AIA unmittelbar darauf festgestellt werden:

„Effects of the seminar are already beeing felt. Articles received at the Octagon from the participating reporters have shown a marked improvement in their perception and understanding of the significance of urban architecture. The seminar clearly provided the reporters with a wealth of information to help them improve their skills in writing about this increasing vital subject.“¹¹⁴¹

Das Seminar war nach Angabe des AIA so „extraordinarily successful“, dass einzelne Zeitungen als direkte Reaktion darauf sogar eigene Architekturredakteure eingestellt hätten.¹¹⁴² Dank der Seminare sei die Öffentlichkeitsarbeit des AIA nun „far ahead of what they were“,¹¹⁴³ denn das Format eigne sich hervorragend, um das „public image of architects“¹¹⁴⁴ zu verändern. Die erfolgreiche Strategie wurde weiter verfolgt. Auf die „epoch making conference“¹¹⁴⁵ an der *Columbia University* folgten weitere Seminare gleichen Zuschnitts. Auch sie wurden jeweils als gemeinsame Veranstaltungen von Fakultäten für Architektur und Journalismus sowie lokaler Architektenverbände organisiert.¹¹⁴⁶

Noch mindestens bis 1971 wurden Seminare dieser Art durchgeführt. In diesem Jahr waren nicht nur Zeitungsreporter zur dreitägigen Konferenz „Rebuilding America“ an die *Columbia University* geladen, sondern darüber hinaus auch Radio- und Fernsehjournalisten.¹¹⁴⁷ Die Seminare für Journalisten, das Lancieren von Presseberichten und die Produktion von Filmmaterial hatten auf die Popularisierung von Architekturthemen und ihre Anerkennung als ‚News‘ gezielt. Ende der 1960er verfolgte das AIA aber noch eine weitere PR-Strategie. Erstmals sollte mit einer richtigen

1140 Ebd., S. 57.

1141 AIA/509, AIA Annual Report 1963, S. 58.

1142 AIA/Board/ExComMin/1963, AIA Executive Committee Minutes vom 12.–13.12.1963, S. 33f.

1143 Ebd.

1144 AIA/Board/ExComMin/1964, Doc. 430, AIA Board of Directors Minutes vom 21.–23.09.1964, S. 100f.

1145 AIA/509, AIA Annual Report 1964, S. 26.

1146 Derlei Seminare fanden statt an der University of Kentucky, der Washington University in St. Louis, der University of Texas in Austin, der Louisiana State University in Baton Rouge und der University of Oregon in Eugene. Weitere drei Seminare diesen Zuschnitts sollten 1964 in Kalifornien, Illinois und Neuengland stattfinden. Ob sie auch tatsächlich durchgeführt wurden, konnte jedoch nicht zweifelsfrei geklärt werden. Siehe: AIA/509, AIA Annual Report 1964, S. 26.

1147 AIA/509, AIA Annual Report 1971, S. 12.

Werbekampagne gezielt auf das Image von Architekten eingewirkt werden, womit sich das AIA nun zögerlich auch den lange verschmähten Praktiken der Werbeindustrie öffnete.

5.7 Werbeanzeigen als Teil einer Imagekampagne für Architekten

Das AIA bemühte sich nicht nur um politische Einflussnahme und opponierte gegen den Ausbau staatlicher Planungsabteilungen. Es bemühte sich gleichermaßen darum, auf die Organisation der Bauwirtschaft einzuwirken.¹¹⁴⁸ Nach Ansicht des AIA kam Architekten dabei eine Führungsrolle innerhalb der Bauindustrie zu: „We are looked upon as the leaders of the construction industry“,¹¹⁴⁹ ließ das AIA 1949 in seinem Jahresbericht verkünden. Dies war jedoch mehr Wunsch als Wirklichkeit wie eine interne AIA Sitzung des Jahres 1952 zeigt:

„[...] the industry has failed to produce a leader. This leads to the cogent suggestion that we look among ourselves to see if we cannot produce one. Leadership will not be accomplished by adopting resolutions, by proclaiming our prestige and position or by thumping our chests. An individual will have to arise and let us hope that it is our profession which will produce him.“¹¹⁵⁰

Anhaltende Bemühungen, in ihrer Führungsrolle bestätigt zu werden, wurden dem AIA von den anderen Akteuren des Bauwesens stets verweigert. Als Sprachrohr der gesamten Bauwirtschaft konnte das AIA nie mehr als eine marginale Rolle erreichen. Die Gründe dafür waren dem *AIA Executive Director* zu Beginn der 1950er schon klar, als er die Ansicht vertrat, es werde nicht helfen, sich mit dem restlichen Akteuren der Bauindustrie zu solidarisieren, denn viele davon würden ganz andere Interessen verfolgen.¹¹⁵¹ Für Bauunternehmer oder Baustoffproduzenten gab es wenig Veranlassung, sich mit Architekten zu verbünden oder gar ihnen eine leitende Stellung zu überlassen. Öffentlichen Großaufträge garantierten ihnen auch ohne Architekten eine gute Auftragslage und hohe Planungssicherheit.

Die Ausgangslage für Architekten war also ungünstig, um sich als führende Profession im Baugewerbe generieren zu können. Aus Sicht einiger Zeitgenossen wurde diese Situation durch das Werbeverbot noch erschwert. Ähnlich wie in Großbritannien wurde

1148 AIA/509, AIA Annual Report 1950, S. 6.

1149 AIA/509, AIA Annual Report 1949, S. 1.

1150 AIA/Board/ExComMin/1952, Report des Executive Director vom 19.06.1952, S. 5, AIA Board of Directors Minutes vom 19.–22.06, 27.07.1952.

1151 Ebd., S. 4.

argumentiert, dass sich Architekten in einem hart umkämpften Markt und damit auch gegen die Werbestrategien der Konkurrenz zu behaupten hätten. Genau wie die Mitglieder des RIBA machten auch die Angehörigen des AIA ihren Vorstand darauf aufmerksam, dass eine Anpassung der Werbepraxis von Architekten aus diesem Grund notwendig geworden sei. Auf individueller Ebene hielt das AIA zwar am Werbeverbot fest und erlaubte den eigenen Mitgliedern nicht, sich der Werbepraxis der Konkurrenten anzupassen. Auf institutioneller Ebene beugte sich das AIA in den späten 1960er Jahren jedoch dem Wunsch der Mitglieder. Entscheidend war dabei letztlich die erdrückende Medienpräsenz der Konkurrenz, die auch den AIA Vorstand mit der Zeit dazu brachten, die Ablehnung gegenüber der Werbebranche abzulegen.

5.7.1 Werbestrategien der Konkurrenz

Als Marktkonkurrenten wurden beispielsweise Designer, Innenarchitekten und Ingenieure wahrgenommen. Sie alle berührten den Kompetenzbereich von Architekten, waren jedoch nicht an ein Werbeverbot gebunden. In der Wahrnehmung einiger AIA Mitglieder produzierte dies eine unfaire Ausgangssituation. 1955 wandte sich diesbezüglich Kenneth H. Rippen an das AIA, der sich auf die Innenraumgestaltung von Büros spezialisiert hatte. Damit bewegte er sich im Marktsegment der weniger regulierten Innenarchitekten. Dem Beispiel der Mitbewerber folgend wollte auch Rippen Werbung betreiben. Er legte dem AIA Entwürfe solcher Anzeigen vor und bat um die Genehmigung, diese im *Fortune Magazine* zu veröffentlichen. Sein Ziel sei es, „to show that he too is capable and is doing equally well or better in this field than his competitors.“¹¹⁵² Rippen bekam die Rückmeldung von AIA-Präsident Purves, dass leider keine Ausnahmen gemacht werden könne, er den Fall jedoch dem Vorstand vorlegen werde.¹¹⁵³

Zwar war der Titel „Architekt“ geschützt, einem Konkurrenten konnte jedoch nicht verboten werden, „architectural services“ anzubieten. 1968 beschwerten sich AIA-Mitglieder über den *Consulting Engineers Council*, der in einer Werbeanzeige eben diese Dienstleistung als Teil des Leistungsspektrum seiner Mitglieder angepriesen hatte.¹¹⁵⁴ Das AIA reichte zwar eine offizielle Beschwerde bei besagtem Verband ein,¹¹⁵⁵ die aber wenig Aussicht auf Erfolg hatte, da eine Selbstbeschränkung der Konkurrenz unwahrscheinlich

1152 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Board of Directors Minutes vom 29.03.–02.04.1955, S. 52f.

1153 Ebd.

1154 AIA/Board/ExComMin/1968, AIA Executive Committee Minutes vom 19.–20.03.1968, S. 17.

1155 Ebd.

war. In Werbefragen wurden diese weniger stark von ihren Berufsvertretungen eingeschränkt und konnten sich daher offensiver in den Medien präsentieren.

Die härteste Konkurrenz sah das AIA jedoch in Fertigbaufirmen wie der *Austin Company*, die in den AIA-Sitzungsprotokollen zwischen 1951 und 1956 mehrfach Erwähnung fand. Sie war 1951 erstmals negativ aufgefallen. Beziehungsweise hatte sich der AIA-Vorstand über die *Crane Company* geärgert, die ihre Fabrik von der *Austin Company* hatte planen und bauen lassen. Diese Tatsache hatte die *Crane Company* durch eine Werbeanzeige publik gemacht, woraufhin das AIA beschloss, der Firma die eigene Missbilligung mitzuteilen.¹¹⁵⁶ Eine daraufhin eintreffende schriftliche Entschuldigung machte nach Ansicht des AIA-Vorstands jedoch keinen sehr reumütigen Eindruck. So wurde beschlossen, die Korrespondenz mit der *Crane Company* zu veröffentlichen, um zu betonen wie enttäuscht das AIA von ihr sei – zum einen weil sie eine unprofessionelle Planungsfirma beschäftigt habe, zum anderen weil sie diese kritikwürdige Praxis mit besagter Werbeanzeige auch noch öffentlich kundtue.¹¹⁵⁷ Daraufhin erschien ein Vertreter der *Crane Company* sogar persönlich in einer Vorstandssitzung des AIA, um die Entschuldigung zu bekräftigen.¹¹⁵⁸ Er verpflichtete sich außerdem, eine Anzeige im *Fortune* oder *Evening Standard* zu schalten, um damit die Arbeit von Architekten in vergleichbarer Weise anzupreisen.¹¹⁵⁹ Erste Vorschläge dazu wurden noch im selben Jahr vorgelegt, vom AIA-Vorstand aber zunächst „not received with enthusiasm“.¹¹⁶⁰

Was für einen Erfolg des AIA gehalten werden könnte, löste das eigentliche Problem aber nicht einmal ansatzweise. Wenige Monate später hatte die *Austin Company*, die als Fertigbaufirma das eigentliche Problem darstellte, nämlich weitere Anzeigen veröffentlicht. Im stets selben Grunddesign kooperierte sie dabei mit wechselnden Auftraggebern – Unternehmen wie *Creole Petroleum Corporation*, *Merck and Company*, *Shoe Corporation of America* und *Westinghouse*. Das AIA beschloss daraufhin, ein Sonderkomitee bestehend aus drei Mann einzuberufen, das die Angelegenheit genauer untersuchen sollte.¹¹⁶¹ Von den genannten Firmen zeigte sich zumindest *Westinghouse* ähnlich verlegen wie zuvor die *Crane Company* und gab an, das Unternehmen sei „most unhappy“ über die Situation.¹¹⁶²

1156 AIA/Board/ExComMin/1951, AIA Executive Committee Minutes vom 11.–12.12.1951, S. 9.

1157 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Executive Committee Minutes vom 03.–05.03.1952, S. 31.

1158 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 19.–27.07.1952, S. 42.

1159 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 19.06.–27.07.1952, S. 43.

1160 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 27.–29.10.1952, S. 6.

1161 Ebd., S. 6f.

1162 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 08.–09.12.1952, S. 19f.

Die erwähnte, als Wiedergutmachung gedachte, Anzeige der *Crane Company* erschien erst 1956, also vier Jahre nach der ersten Absichtserklärung, im *Fortune Magazine*.¹¹⁶³ Das AIA war offenbar so erfreut über die gute Presse, dass es der Zeitschrift prompt einen neu geschaffenen „Award for outstanding service to architecture by Non-Architectural Group, Society or Business“ verlieh.¹¹⁶⁴ Wie auch das in Kapitel 5.2.3 erwähnte Unternehmen *U. S. Gypsum* gab sich die *Crane Company* also dazu her, eine Imagekampagne für Architekten und das AIA zu finanzieren. Welche Motivation zu diesem Verhalten führte, kann an dieser Stelle nicht eindeutig geklärt werden. Als Hersteller unter anderem von Sanitäreinrichtungen wollte es sich die *Crane Company* mit Architekten vermutlich nicht verscherzen. Zumindest gab der Firmensprecher an, „his company [...] depends upon that profession [of architects] for the sale of its products“.¹¹⁶⁵ *U. S. Gypsum* hatte als Produzent von Baumaterialien vermutlich ähnliche Gründe. In den 1950er Jahren duldete das AIA solche PR-Kampagnen allenfalls, wenn sie von den genannten Unternehmen durchgeführt wurden, schreckte aber noch davor zurück, eigene Imagekampagnen zu entwickeln. Wiederholte Auseinandersetzungen mit Fertigbaufirmen ließ eine solche Maßnahme jedoch immer unausweichlicher erscheinen.

5.7.2 Werbepraktiken der Konkurrenz – „Package Dealer“

Die *Austin Company* hatte dem AIA ein Dilemma vor Augen geführt. Sogenannte „package dealer“ avancierten für das AIA in den Folgejahren zu einem erklärten Feind. Auch vom RIBA waren diese als Problem erkannt worden, gegen sie wurde aber nicht mit der selben Vehemenz vorgegangen. Als besorgniserregend wurde die Lage im AIA erstmals 1952 bezeichnet, als AIA-Präsident Purves in einer Sitzung „the so-called package service companys [sic!]“ als „threat to the welfare of the profession“¹¹⁶⁶ bezeichnete. Diese kampfeslustige Rhetorik sollte sich in den nächsten Jahren auch durch die internen Debatten im AIA Vorstand wie auch durch die offiziellen Stellungnahmen im AIA Jahresbericht ziehen. Von einem Architekten, der sich bei der Auftragsakquise erfolgreich gegen eine Fertigbaufirma hatte durchsetzen können, wollte das AIA 1955 wissen, „how he had defeated the package dealer“.¹¹⁶⁷ 1956 wurde ein eigenes *Package*

1163 Diese Anzeige wird im Sitzungsprotokoll erwähnt, konnte im Rahmen meiner Recherchen jedoch nicht nachgewiesen werden.

1164 AIA/Board/ExComMin/1956, AIA Board of Directors Minutes vom 27.02.–1.03.1956, S. 61.

1165 AIA/Board/ExComMin/1952, AIA Board of Directors Minutes vom 19.–22.06, 27.07.1952, S. 43.

1166 AIA/Board/ExComMin/1952, Report des Executive Director vom 19.06.1952, S. 7, Anlage zu AIA Board of Directors Minutes vom 19.–22.06, 27.07.1952.

1167 AIA/Board/ExComMin/1955, AIA Executive Committee Minutes vom 19.–20.08.1955, S. 21.

Deal Committee eingerichtet.¹¹⁶⁸ Im selben Jahr wurden Einzelfälle diskutiert, in denen Architekten bei der Auftragsvergabe von Fertigbaufirmen ausgestochen worden waren. AIA-Präsident Purves bezeichnete diesen unerfreulichen Umstand als „what might be a really big fight between the professional architect and the prefabricated dealers“.¹¹⁶⁹

Eines der Hauptprobleme sahen die Mitglieder des AIA auch in diesem Falle darin, dass ein Package Dealer ungehindert Werbung betreiben könne, während Architekten Zurückhaltung walten lassen mussten. So fragte zumindest Direktor Carol, „how one can compete with a double-page ad in Fortune magazine“.¹¹⁷⁰ Neben dem Vorschlag, das Medienverhalten von Architekten der Konkurrenz anzupassen, kursierten aber auch Meinungen, die eine erfolgreiche Lösung eher in der Anpassung der Planungspraxis selbst sahen. Secretary Wilson hob hervor, was den Package Dealer überhaupt erst so interessant für die Klienten mache: „[T]hey take responsibility for such things as costs and completion dates“.¹¹⁷¹ Und er schlussfolgerte: „Perhaps the architect should do so.“¹¹⁷²

Bevor das *Package Deal Committee* sich 1958 auflöste,¹¹⁷³ hielt es in seinem Abschlussbericht fest, wo angesetzt werden solle, um das Problem in den Griff zu bekommen:

„The package dealer advertises and has salesmen and thereby spreads his own gospel. The market is wide open because architects have not thoroughly made their case with the public. [...] The Committee believes the package dealer gets many jobs because he advertises. The battle cannot be won on our present terms. A great extension of our public relations program is needed – perhaps three or four times what we now have.“¹¹⁷⁴

Die Auflösung des Sonderkomitees bedeutete nicht, dass die Auseinandersetzung damit beendet gewesen wäre. Die Thematik wurde vielmehr weitergegeben an das neu gegründete *Committee on the Profession*.¹¹⁷⁵ Das „package deal problem“¹¹⁷⁶ bzw. der „package deal threat“¹¹⁷⁷ stellte weiterhin ein wiederkehrendes Moment in den

1168 AIA/Board/ExComMin/1956, AIA Board of Directors Minutes vom 26.–30.11.1956, S. 22f.

1169 AIA/Board/ExComMin/1957, AIA Executive Committee Minutes vom 18.–19.01.1957, S. 13f.

1170 Ebd., S. 16ff.

1171 Ebd.

1172 Ebd.

1173 AIA/509, AIA Annual Report 1958, S. 31.

1174 AIA/Board/ExComMin/1958, AIA Board of Directors Minutes vom 28.05.–02.05.1958, S. 74f.

1175 AIA/509, AIA Annual Report 1958, S. 31.

1176 AIA/Board/ExComMin/1961, AIA Board of Directors Minutes vom Januar 1961, S. 46.

1177 Ebd.

Vorstandssitzungen dar. Und auch im Jahresbericht wurden die Mitglieder an die Bedrohung erinnert: „„Package dealers‘ of various sorts compete for services once considered purely professional.“¹¹⁷⁸

1962 begann das AIA mit dem Versuch, Koalitionen zu bilden und nahm in Form der *National Association of Home Builders* Kontakt mit der Bauindustrie auf, um Ideen und Informationen auszutauschen.¹¹⁷⁹ Das AIA regte außerdem die Gründung einer „Federation of the Design Profession“ mit Ingenieuren (*American Society of Civil Engineers*), Stadtplanern (*American Institute of Planners*) und Landschaftsplanern (*American Society of Landscape Architects*) an.¹¹⁸⁰ Zusammen mit dem mittlerweile engagierten PR-Berater Ketchum entwickelte das AIA darüber hinaus ein „anti-package deal“ program“,¹¹⁸¹ in dessen Zuge alle AIA-Mitglieder über den Konkurrenten informiert werden sollten. Auf einer Konferenz über „the Future of the Profession“ lud das AIA verschiedene Vertreter des Bauwesens ein. Länger diskutiert wurde auch darüber, ob Package Dealer dazu kommen sollten. Die Idee wurde jedoch verworfen und die Konferenz ohne den Konkurrenten abgehalten.¹¹⁸² Im selben Jahr unternahm das AIA aber auch einen entscheidenden Schritt in Richtung einer Imagekampagne für Architekten, die sich gezielt gegen Package Dealer richtete.¹¹⁸³

Angeregt durch diverse AIA Chapters war „institutional advertising“ bereits 1951 diskutiert und eine Studie dazu in Auftrag gegeben worden.¹¹⁸⁴ Werbekampagnen auf lokaler Ebene der Lokalverbände waren zu diesem Zeitpunkt schon in New Jersey und Pasadena durchgeführt worden. In Kalifornien und Washington befanden sie sich zumindest in Planung. Dabei verfolgten die Initiatoren immer das gleiche Ziel, nämlich „to further popular understanding of the architect and his work“.¹¹⁸⁵ Das AIA hatte es aber abgelehnt, eine eigene Werbekampagne zu starten und stattdessen auf die Zusammenarbeit mit anderen Akteuren gesetzt.¹¹⁸⁶

Auf der AIA-Jahreskonferenz 1962 hatten Mitglieder erneut gefordert, dass ein „institutional advertising program“ in Betracht gezogen werde.¹¹⁸⁷ Daraufhin beschäftigte

1178 AIA/509, AIA Annual Report 1961, S. 12.

1179 AIA/509, AIA Annual Report 1962, S. 25.

1180 AIA/509, AIA Annual Report 1963, S. 6.

1181 AIA/Board/ExComMin/1963, AIA Board of Directors Minutes vom 19.–21.09.1963, S. 95.

1182 AIA/Board/ExComMin/1967, AIA Executive Committee Minutes vom 16.–17.02.1967, S. 22.

1183 Vgl. Kap. 5.7.4.

1184 AIA/Board/ExComMin/1951, AIA Board of Directors Minutes vom 30.09, 1./2.10.1951, S. 35.

1185 Ebd.

1186 Vgl. Kap. 5.2.3.

1187 AIA/Board/ExComMin/1962, AIA Board of Directors Minutes vom Juli 1962, S. 35.

sich das Public Relations Committee damit, wie solche Werbeprogramme gestaltet sein könnten und welche finanziellen Mittel dazu aufgewendet werden müssten.¹¹⁸⁸ Nicht alle AIA Chapters waren von einer solchen Entwicklung angetan. Auf einer Konferenz des *Northwestern Region Chapter* hatten sich die Teilnehmer offiziell gegen „any paid advertising program by The Institute“ ausgesprochen. Eine ähnliche Rückmeldung hatte es aus auch von der *Florida Association of Architects* gegeben.¹¹⁸⁹

Waren Werbeanzeigen also nachweislich bereits seit 1951 diskutiert worden, so entschloss sich das AIA erst 1967 zu deren Umsetzung. Auch im Vorstand hatte sich mittlerweile die Vorstellung durchgesetzt, mit einer Werbestrategie auf ein anderes drängenderes Problem reagieren zu können. Denn weiterhin zu kämpfen hatte das AIA mit „package dealer problems, which continue to plague the profession“.¹¹⁹⁰ Bezogen auf dieses Problem beschloss das AIA 1967 das Ende einer zehnjährigen „decade of study“, die mit der Gründung der „Package Dealer Task Force“ begonnen habe. Für das kommende Jahrzehnt wurde eine „decade of action“ in Aussicht gestellt.¹¹⁹¹ Als Ergebnis ihrer Untersuchungen forderte auch die Task Force ein „institutional advertising program“ und um letzte Zweifler zu überzeugen, wurde darauf verwiesen, dass auch der *Consulting Engineers Council* kürzlich 100.000 \$ in Werbemittel gesteckt habe.¹¹⁹² In der offiziellen Erklärung im Jahresbericht hieß es 1968, gerade „the present crisis“¹¹⁹³ mache tatkräftiges Handeln und eine Werbekampagne notwendig. Auch Negativschlagzeilen wie das Titelblatt des *Engineering News Record* aus dem Jahr 1969, das Architekten als obsolet erklärte, wurden mit Sorge betrachtet.¹¹⁹⁴ Die Antwort des AIA auf die ‚Architektenkrise‘ stellte also gewissermaßen eine Werbekampagne dar, wenngleich sie in der Rückschau wenig dazu beitragen konnte, eine sich abzeichnende ‚Kommunikationskrise‘ mit der Bevölkerung zu verhindern.

1188 Eine günstige Lösung schlug vor, Werbeanzeigen auf nationaler Ebene zu entwickeln, die Kosten für das Anschalten von Anzeigen aber den Lokalverbänden zu überlassen. Die Kosten für das AIA würden somit lediglich 5.000-10.000 \$ betragen. Das Schalten der Anzeigen war ungleich teurer. Dreizehn ganzseitige Anzeigen kosteten bei *Business Week* 54.640 \$, im *Fortune Magazine* waren sie für 65.580 \$ zu haben und *News & World Report* forderten 138.100 \$. Siehe: AIA/Board/ExComMin/1962, AIA Board of Directors Minutes vom Juli 1962, S. 35.

1189 AIA/Board/ExComMin/1962, AIA Board of Directors Minutes vom 26.–30.11.1962, S. 58.

1190 AIA/Board/ExComMin/1967, AIA Board of Directors Minutes vom 12.–19.05.1967, S. 6f.

1191 AIA/Board/ExComMin/1967, AIA Executive Committee Minutes vom 13.06.1967, S. 40.

1192 Ebd.

1193 AIA/509, AIA Annual Report 1968, S. 30.

1194 „Architects Are Obsolete“, Titelblatt des *Engineering News Record*, 09.05.1969. Vgl. dazu auch: AIA/Board/ExComMin/1969, AIA Executive Committee Minutes vom 23.–24.05.1969, S. 8.

5.7.3 *Doremus & Company* – „The War on Community Ugliness“

Aufgrund der althergebrachten Ablehnung gegenüber Werbepraktiken war die Hürde jedoch groß und konnte nur schrittweise überwunden werden. Für die allererste Werbekampagne des AIA wurde deshalb wohl auch ein Konzept gewählt, das den Eindruck erweckte, hier werde keine Werbung für Architekten gemacht, sondern hier würden sich Architekten für einen guten Zweck einsetzen. Auch weil beschlossen worden war, es müsse in eine langfristige Kampagne investiert werden,¹¹⁹⁵ bot es sich an auf den seit 1964 geführten „War on Community Ugliness“ Bezug zu nehmen.¹¹⁹⁶ Dieser ‚Krieg gegen Hässlichkeit‘ stellte gewissermaßen die Reaktion des AIA auf die ‚Städtebaukrise‘ dar, mit der sie sich auf die Seite von Kritikern wie Jane Jacobs stellte und der Kommunalpolitik die Verantwortung über die Krise zuschrieb. Zu diesem Kampf hatte sich das AIA zwar seit 1964 bekannt, ihn bislang aber vor allem auf lokaler Ebene der AIA Chapter führen lassen.¹¹⁹⁷ Das AIA verbreitete allerdings regelmäßig Pressemeldungen über die regionalen Aktivitäten zum „War on Community Ugliness“¹¹⁹⁸ und ließ 1965 den Film „No Time for Ugliness“¹¹⁹⁹ produzieren. Die Thematik war unter Architekten also bereits anerkannt und konnte daher auch problemlos zum Gegenstand einer Werbekampagne gemacht werden. Um eine solche trotz des im Ehrenkodex verankerten Werbeverbots plausibel durchsetzen zu können, verwies das AIA quasi auf die Gemeinwohlverpflichtung als einer der Grundpfeiler von Professionen:

„While we continue our fight against blight, we are convincing the public that our concern is much deeper than our vocal frustration at visual evidence of decay. We realize that the war can be won only by selling its importance to a significant segment of society. This fact makes our establishment of a continuing public relations program a vital step forward. [...] Our new concern for public relations is premised on a broad, unselfish concern for the needs of society, solutions for blight, air and water pollution, and adequate housing in old cities and new towns.“¹²⁰⁰

1195 AIA/Board/ExComMin/1967, AIA Board of Directors Minutes vom 04.–06.12.1967, S. 36.

1196 AIA/Board/ExComMin/1967, AIA Executive Committee Minutes vom 13.06.1967, S. 11.

1197 AIA/509, AIA Annual Report 1965, S. 35.

1198 Ebd., S. 36.

1199 Ebd.; AIA/Board/ExComMin/1965, AIA Executive Committee Minutes vom 22.–23.09.1965, S. 66.

Siehe auch: AIA (Hrg.): No Time for Ugliness, Fernsehdokumentation, 23:30 Minuten, https://archive.org/details/no_time_for_ugliness_1, https://archive.org/details/no_time_for_ugliness_2 [Zugriff :24.04.2018].

1200 AIA/509, AIA Annual Report 1968, S. 6.

Mit einem Verweis auf den sozialen Auftrag von Architekten im Dienste der Gesellschaft rechtfertigte das AIA also eine erste Medienkampagne, die mit einem Werbeetat von 175.000 \$ 1968 in Angriff genommen wurde. Mit *Doremus & Company* wurde dazu auch erstmals eine ausgewiesene Werbeagentur beauftragt. Laut Quellen produzierte sie zunächst drei unterschiedliche Werbespots, die an diverse Fernsehsender verschickt wurden.¹²⁰¹

Außerdem entwickelte *Doremus & Company* erste Printwerbung für das AIA. Bis Ende des Jahres 1969 sollten Werbeanzeigen in *Time*, *Saturday Review* und *Fortune* geschaltet werden.¹²⁰² Der Vorstand des AIA drückte 1969 eine „great confidence in the excellent job done by [...] Doremus & Company“¹²⁰³ aus und erhöhte den Werbeetat auf 207.000 \$.¹²⁰⁴ Bis Mitte 1971 wurden weitere Anzeigen in verschiedenen Zeitschriften geschaltet.¹²⁰⁵ Aufgrund der zum Teil nur sehr vagen Angaben über ihre Veröffentlichung konnten sie im Rahmen der vorliegenden Arbeit nur in Einzelfällen nachgewiesen werden. 1969 erschien beispielsweise eine großflächige farbige Anzeige auf einer Doppelseite des *Time Magazine*, die anhand eines Vorher-Nachher-Bilds und eines begleitenden Textes auf den „War on Community Ugliness“ Bezug nahm:

„Why have we let time and ‚progress‘ steal the charm of our old towns? [...]

Why is our beautiful country growing uglier every year? [...]

Why not save and restore our historic buildings – and our identity? [...]

Why not, America?“¹²⁰⁶

Die Tatsache, dass das AIA zum ersten Mal seit seinem Bestehen Werbeanzeigen startete, blieb auch von der Öffentlichkeit nicht unbemerkt. *Time Magazine* und *New York Times* gratulierten dem AIA dazu und begrüßten die Tatsache, dass es sich als

1201 AIA/Board/ExComMin/1968, AIA Board of Directors Minutes vom 02.–04.12.1968, S. 31.

1202 AIA/Board/ExComMin/1969, AIA Board of Directors Minutes vom 24.–26.09.1969, S. 14; AIA Board of Directors Minutes vom 20.–27.06.1969, S. 9.

1203 Ebd.

1204 Ebd.

1205 Weitere Anzeigen konnten bei der Recherche nicht ausfindig gemacht werden. Allerdings werden sie im Jahresbericht von 1971 sowie in einem Sitzungsprotokoll aus dem Jahr 1970 erwähnt. Demnach existierte eine zweite Anzeige mit dem Titel „We’re trying to make 12-year-olds more aware of their world“, die 1971 in *Saturday Review*, *Time*, *The Atlantic* und *American School Board Journal* geschaltet wurde. Später soll sie auch als Vorlage für einen Werbespot gedient haben. Eine dritte Anzeige zeigte das *North Park Center* in Dallas und erschien in *Saturday Review*, *Time*, *Newsweek*, *The National Real Estate Investor* und *Fortune’s Manufacturing Edition*. Siehe: AIA/509, AIA Annual Report 1971, S. 16; AIA/Board/ExComMin/1970, AIA Board of Directors Minutes vom 19.–24.06.1970, S. 36.

1206 Werbeanzeige des AIA „Why? Why Not?“, in: *Time Magazine*, 1969.08.22, S. 38f.

Professionsorganisation dazu entschlossen habe, „to attack man’s environmental problems.“¹²⁰⁷ Eine Umfrage hatte außerdem ergeben, dass eine AIA-Werbung im *Fortune Magazine* die „third-best read by male executives“ war.¹²⁰⁸ Darüber hinaus habe die Werbekampagne drei Preise gewonnen – den „Moral Tone in Advertising Award“ der *Manhattan College School of Business* für die Fernsehwerbespots sowie den „Distinguished Advertising in the Public Interest Award“ und den „Distinguished Advertising in the Public Service Category“ der *Saturday Review*.¹²⁰⁹

Nach diesem ersten Vorstoß in Sachen Werbung wurde der Werbeetat 1971 zunächst von 200.000 \$ auf 150.000 \$ gekürzt.¹²¹⁰ Damit waren aber durchaus nicht alle AIA-Mitglieder einverstanden. Insbesondere vom *Kentucky Chapter* gab es 1972 Kritik:

„The Kentucky Society of Architects [...] expressed concern over the obvious slowdown of The Institute’s Public Relations and Advertising programs. These programs have been very popular with the membership in the past. [...] It is disappointing to see that our Board of Directors had not maintained the momentum of these programs.“¹²¹¹

Gerade in Zeiten der Rezession, von der auch Architekten betroffen seien, legten die Kollegen aus Kentucky nahe, die Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit sollten verdoppelt statt gekürzt werden. Überdies solle das AIA anerkennen, dass dies „almost the sole purpose of its existence“¹²¹² sei.

5.7.4 Case & McGrath Inc. – Imagekampagne für Architekten

Offenbar ließ sich das AIA überzeugen und startete noch im Jahr 1972 eine neue Kampagne mit gänzlich anderem Zuschnitt. Engagiert wurde dafür mit *Case & McGrath Inc.* auch eine neue Werbefirma. Die neue Kampagne war nicht mehr bestimmt vom „War on Ugliness“, sondern positionierte Architekten nun deutlicher gegenüber der Konkurrenz der Package Dealer. Als Zielgruppe diente nun auch nicht mehr die allgemeine Bevölkerung, der die Gemeinwohlorientierung von Architekten versichert werden sollte. Vielmehr standen jetzt stärker potentielle Kunden im Fokus. Dafür waren die Anzeigen in

1207 AIA/509, AIA Annual Report 1970, S. 12. Vgl. dazu auch: Architects do Care, in; Boston Globe, 26.01.1969, S. A50.

1208 Ebd.

1209 Ebd.

1210 AIA/Board/ExComMin/1971, AIA Board of Directors Minutes vom 22.–24.09.1971, S. 2.

1211 AIA/Board/ExComMin/1972, AIA Executive Committee Minutes vom 14.08.1972, S. 21.

1212 Ebd.

Schwarzweiß und ohne Abbildungen weitaus zurückhaltender gestaltet. Um die vordergründigen Vorteile von Fertighausanbietern‘ zu entkräften, räumte das AIA zunächst mit gängigen Vorurteilen gegenüber Architekten auf:

„To the architect, time is no object.“ [...]

„He loves to spend your money because his fee is a percentage.“ [...]

„His estimate is an underestimate.“ [...]

„He cares more about the way it looks than the way it works.“ [...]¹²¹³

Dieser Anzeige über die „Four Myths About Architects“ im September 1972 folgte die kostenfreie Broschüre „Ten Business Men Talk About Their Architects“, in der Bauherren ihre positiven Erfahrungen mit Architekten schilderten. Diese wurde im Oktober gleichfalls anhand von Anzeigen beworben. Potentielle Kunden waren darin aufgefordert: „Before you start building, read this booklet.“¹²¹⁴ Gleiches tat eine dritte Anzeige im Dezember, die die Leserschaft über die Frage aufklärte: „Why hire an architect if all I need is four walls and a roof?“¹²¹⁵. Insgesamt wurde die erwähnte Broschüre 7.000 Mal geordert.¹²¹⁶ Zahlreiche Zeitschriften hatten die Reklamen überdies in Leitartikeln gelobt. Nach Angaben des AIA hatte die Architekturzeitschrift *Architectural Record* die Anzeigen sogar kostenlos abgedruckt und *Industrial Marketing* hatte die Anzeige mit der Überschrift „AIA Doesn’t Mess Around“ versehen.¹²¹⁷

Durch den Erfolg bestätigt, entwickelten *Case & McGrath* wohl auch aggressivere Anzeigen. In den folgenden Jahren wurden dem Vorstand weitere Ideen vorgelegt und darunter befand sich ein Vorschlag mit der Überschrift „The next six months wiped those smiles off their Faces“. Dabei sollte die Szenerie einer Grundsteinlegung gezeigt werden. Der Text wiederum sollte über mögliche Planungsfehler informieren, die durch die Beauftragung eines Architekten vermieden werden könnten.¹²¹⁸ Vom Public Relations Committee des AIA wurde die Idee begrüßt. Der *AIA Board* sah an dieser Stelle wohl die Grenze des guten Geschmacks überschritten. Einige Vorstandsmitglieder hatten sich

1213 „Four Myths About Architects“, Werbeanzeige des AIA, in: Wall Street Journal, 12.09.1972, S. 27.

1214 „Before you start building, read this booklet.“, Werbeanzeige des AIA, in: Wall Street Journal, 11.10.1972, S. 15.

1215 „Why hire an architect if all I need is four walls and a roof?“, Werbeanzeige des AIA, in: Wall Street Journal, 06.12.1972, S. 21.

1216 AIA/509, AIA Annual Report 1972, S. 14.

1217 Ebd.

1218 AIA/Board/ExComMin/1973, AIA Board of Directors Minutes vom 21.–23.03.1973, S. 11f.

überrascht und konsterniert über den aggressiven Vorschlag gezeigt.¹²¹⁹ Ob diese und andere Werbeanzeigen tatsächlich umgesetzt wurden, lässt sich an dieser Stelle nicht verifizieren.¹²²⁰ Auch wenn kurzzeitig überlegt wurde, die Werbekampagnen einzustellen¹²²¹ und das Public Relations Committee empfohlen hatte, den Vertrag mit *Case & McGrath Inc.* zu beenden,¹²²² so wurden laut Jahresbericht zumindest noch 1974 Werbeanzeigen geschaltet, Zeitungsberichte lanciert, Werbespots im Fernsehen gezeigt und eine Serie von Interviews mit Architekten für Radioprogramme produziert.¹²²³

Die AIA-Jahresberichte geben vor, durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit und Werbekampagnen Architekten gesellschaftliche Wertschätzung verschafft und in einer vermeintlichen Imagekrise geholfen zu haben:

„This profession – which some have characterized as ‚hidebound‘ and ‚slow to move‘, consisting of ‚prima donnas‘ who dwell in ‚ivory towers‘ – is in fact forging ahead into this decade and, in the process, is moving with remarkable speed. [...]“¹²²⁴

Inwieweit dies jedoch der Realität entsprach oder vielmehr vom AIA selbst kolportiert wurde, kann an dieser Stelle nicht eindeutig geklärt werden. Nachweislich wurden Massenmedien in ihrer Funktion der Meinungsbildung vom AIA jedoch äußerst ernst genommen und die mediale Darstellung von Architekten gezielt gesteuert. Daran anknüpfend wurde auch anders mit der ‚Krise‘ umgegangen. Während das RIBA unter dem Einfluss seines *Chief Information Officer* MacEwen 1968 die Frage stellte, ob Architekten überhaupt noch eine Zukunft hätten,¹²²⁵ 1971 ein Dilemma der Profession konstatierte¹²²⁶ und 1974 von einer „Crisis in Architecture“¹²²⁷ sprach, vermied das AIA derartige Schwarzmalerei. Weniger dramatisch war hier von einer „uneasiness of our times“¹²²⁸ die Rede. Von einer Krise wurde hier nur in einem größeren Zusammenhang

1219 AIA/Board/ExComMin/1973, AIA Board of Directors Minutes vom 05.–08.12.1973, S. 39f.

1220 1974 wurden beispielsweise weitere Entwürfe diskutiert, die sich erneut an ein breites Publikum wenden und aktuelle Themen wie Solarenergie und Energieeffizienz im Bausektor ansprechen sollten. Siehe: AIA/Board/ExComMin/1974, AIA Board of Directors Minutes vom 20.–22.03.1974, S. 59f.

1221 AIA/Board/ExComMin/1974, AIA Board of Directors Minutes vom 04.–06.12.1974, S. 94.

1222 Ebd., S. 94.

1223 AIA/509, AIA Annual Report 1974, S. 10.

1224 AIA/509/Annual Report/1981, AIA-Jahresbericht für 1981, S. 1.

1225 MacEwen, Malcolm: Has the Architectural Profession a Future?, in: Architectural Association Quarterly 1 (1968/1), S. 5–12.

1226 MacEwen, Malcolm: The Professional Dilemma, in: RIBA Journal 78 (1971/5), S. 188–193.

1227 MacEwen, Malcolm: Crisis in Architecture, London 1974.

1228 AIA/509, AIA Annual Report 1969, S. 4.

gesprochen. So war von einer „environmental crisis“¹²²⁹, einer „energy crisis“¹²³⁰ oder einer „economic crisis“¹²³¹ die Rede. Die Situation wurde vom AIA auch vorrangig als wirtschaftliches Problem wahrgenommen, das insbesondere im Rückblick auf das Jahr 1975 offenbar geworden war:

„The profession was facing an economic crisis more serious than any it had faced since the 1930s. For some firms, the question was one of survival.“¹²³²

Als Lösungsstrategie bot sich für das AIA aber auch in dieser Lage eine Werbekampagne an. So war an einer Anzeige gearbeitet worden, die sich an Investoren richtete. Aufgrund der angespannten Wirtschaftslage hatten viele ihre geplanten Bauprojekte auf unbestimmte Zeit verschoben. Mit Hilfe einer Werbeanzeige sollten sie nun überzeugt werden, dass gerade diese Phase des Wartens die beste Zeit sei, um zukünftige Projekte vorzubereiten, Vorplanungen, Machbarkeitsstudien und Bauplatzanalysen durchzuführen.¹²³³ In der Rückschau scheint im AIA die Meinung vorherrschend gewesen zu sein, dass auf jedes Problem mit einer Medienkampagne geantwortet werden könne. Und von den eigenen Mitgliedern wurde ein derartiges Vorgehen offenbar auch erwartet.

Ein direkter Vergleich mit der Öffentlichkeit des RIBA lässt die Medienpraxis des AIA besonders aggressiv erscheinen. Dies ist sicherlich zuallererst der Tatsache geschuldet, dass die PR-Branche in den USA weitaus verbreiteter und akzeptierter war. Dieser Umstand übte auf das AIA auch einen gewissen Druck aus, wenn es nicht als rückständig betrachtet werden wollte. Aufgrund der zIm RIBA stellt die Tatsache dar, dass dort die PR-Branche rundheraus abgelehnt und daher auch keine PR-Agenturen beauftragt wurden – weder auf individueller noch auf institutioneller Ebene. Darüber hinaus sind die Unterschiede letztlich gradueller Natur, weil das RIBA trotz aller Vorbehalte letztlich alle vom AIA vorgelebten Medienstrategien übernahm – wenn zum Teil auch mit erheblicher zeitlicher Verzögerung. In den 1960er Jahren erstellte auch das RIBA Informationsmaterial für die eigenen Mitglieder, um deren Medienkompetenz zu schulen.¹²³⁴ Auch positionierte sich das RIBA mithilfe von bebilderten Werbeanzeigen

1229 AIA/509, AIA Annual Report 1971, S. 8.

1230 AIA/509, AIA Annual Report 1974, S. 5, S. 24.

1231 AIA/509, AIA Annual Report 1975, S. 3.

1232 AIA/509/Annual Report/1975, AIA-Jahresbericht für 1975, S. 3.

1233 Ebd., S. 4.

1234 London Media Group of the RIBA (Hrg.): *An Architects' Guide to Marketing the Smaller Practice*, 1979, S. 16, RIBA/72.08.658.84//ROY. Vgl. auch Fußnote 406.

zunächst auf Seiten der Kritiker einer ‚Städtebaukrise‘,¹²³⁵ um wenige Jahre danach dann auch Anzeigen zu schalten, die für die Beauftragung eines Architekten warben.¹²³⁶ Ob diese von einem externen Berater entwickelt oder von RIBA-Mitgliedern erstellt wurden, kann an dieser Stelle leider nicht zweifelsfrei geklärt werden. Ebenso wenig bekannt ist, ob sich das RIBA an der Praxis der US-amerikanischen Kollegen orientierte. Gewissermaßen reagierten damit aber beide Organisationen in vergleichbarer Weise auf die ‚Architektenkrise‘ – nämlich mit einer intensivierten Medienarbeit.

1235 New Slums for Old, in: The Times, 06.04.1970, S. 3; The End of the Road, in: The Times, 22.04.1970, S. 2.

1236 Think Before You Build, in: The Times, 10.12.1976, S. 14; Have You Ever Wished You Had Been Better Advised? It Pays to Use an Architect, in: The Times, 29.10.1981, Supplement, S. IV.

6 Fazit: Massenmedien und ihre Relevanz für Architekten

Wie die Ausführungen über das Werbeverbot und die Öffentlichkeitsarbeit von RIBA und AIA vor Augen führten, setzten sich die Professionsorganisationen von Architekten in Großbritannien und den Vereinigten Staaten im 20. Jahrhundert jeweils intensiv mit Medien auseinander. Zwar tauchte der Quellenbegriff ‚Medien‘ eher selten auf. Implizit wurden sie aber in den kontrovers geführten Debatten über ‚Werbung‘ und ‚Öffentlichkeitsarbeit‘ thematisiert. Offenbar sahen RIBA und AIA gleichermaßen die Notwendigkeit, auf das Medienverhalten von Architekten einzuwirken, auch wenn beide Organisationen in dieser Hinsicht ganz unterschiedliche Schwerpunkte setzten und Ziele verfolgten. Das RIBA setzte stark auf die Maßregelung seiner Mitglieder und forderte diese zur Zurückhaltung in den Massenmedien auf. Das AIA hielt seine Mitglieder dagegen zu einem offensiven Umgang mit Massenmedien an und bot ihnen diverse Möglichkeiten zur Weiterbildung an.

Diese Unterschiede scheinen auch in den untersuchten Fallbeispielen auf. In London ersannen die Architekten *Kadleigh, Whitfield & Horsbrugh* eine ausgefeilte Strategie im Umgang mit Architekturzeitschriften und Tageszeitungen, um Konflikte mit dem restriktiven Werbeverbot des RIBA zu vermeiden. Dagegen symbolisiert das Medienspektakel um den Entwurf der Architekten *Kallmann, McKinnell & Knowles* in Boston sicherlich das, was sich das AIA unter erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit vorstellte. Die Entstehungsgeschichten des Barbican in London sowie der Boston City Hall verdeutlichen aber auch, welche große Bedeutung die Tagespresse als exemplarisches Massenmedium für Architekten haben konnte. Den produzierten Architekturzeichnungen und -modellen kam dort jeweils ein eigener Wert zu, der weit über ihre Funktion als Verweis auf ein zukünftiges Bauwerk hinaus ging.

Aus diesen Befunden lässt sich ableiten, dass Massenmedien im Untersuchungszeitraum eine nicht unerhebliche Relevanz für Architekten besaßen. Darüber hinaus können drei weitere Schlussfolgerungen festgehalten werden, die im Folgenden näher ausgeführt werden. Erstens zeigt der direkte Vergleich von RIBA und AIA, dass noch in den 1950er Jahren in beiden Ländern und Organisationen eine unterschiedliche ‚Medienpraxis‘ gepflegt wurde, die sich in den folgenden Jahrzehnten jedoch zunehmend anglich. Zweitens konnte herausgearbeitet werden, dass die Krisensituation in den 1970er Jahren von den Professionsorganisationen RIBA und AIA gleichermaßen als ‚Kommunikationskrise‘ betrachtet wurde, der sie in Form einer intensivierten Öffentlichkeitsarbeit begegneten. Drittens ließ sich anhand der beiden Fallbeispiele

verdeutlichen, dass die mediale Aufmerksamkeit für Bauprojekte für Auftraggeber von entscheidender Bedeutung sein konnte und Architekten in solchen Fällen insbesondere als ‚Bildproduzenten‘ gefragt waren.

6.1.1 Werbeverbot als Indikator einer sich wandelnden ‚Medienpraxis‘

Eine Untersuchung des Werbeverbots und der Öffentlichkeitsarbeit von RIBA und AIA verdeutlicht zunächst einmal, welchen großen Einfluss die Professionsorganisationen auf ihre Mitglieder und auf deren ‚Medienpraxis‘ ausübten.¹²³⁷ Denn RIBA und AIA legten anhand des Werbeverbots fest, wie sich ein Architekt in Massenmedien wie Zeitungen, Radio und Fernsehen zu präsentieren hatte, um die Architekturprofession angemessen zu vertreten. Anhand des Werbeverbots von Architekten lässt sich daher auch eindrücklich aufzeigen, welche Herausforderung Massenmedien für das professionelle Selbstverständnis darstellten.

War das Werbeverbot noch zu Beginn des 20. Jahrhunderts in wenigen Worten zusammengefasst, fiel dies den Entscheidungsträgern in RIBA und AIA im Untersuchungszeitraum zunehmend schwerer. Die zahlreichen Überarbeitungen des Werbeverbots und sein beständig wachsender Umfang verdeutlichen, dass beide Institutionen einen steigenden Regelungsbedarf sahen. Sie verweisen außerdem darauf, dass RIBA und AIA gleichermaßen komplexe Anpassungsprozesse durchliefen, um ihren jeweiligen Ehrenkodex an eine von Populärmedien wie Zeitungen, Radio- und Fernsehsendungen dominierte Zeit anzupassen.

Formuliert worden war das Werbeverbot zu einer Zeit, als vor allem Reklame im öffentlichen Raum relevant war. So waren insbesondere Baustellenschilder reglementiert, die wohl aufgrund ihrer Ähnlichkeit zur Plakatwerbung als heikel betrachtet wurden. Vom RIBA wurde Aufstelldauer, Wortwahl und Gestaltung bis hin zur Schriftgröße beschränkt. Vom AIA waren sie anfangs sogar ganz verboten. Als unkompliziert wurde dagegen von beiden Organisationen die Signatur von Bauten in Form von Inschriften oder Plaketten gesehen. Sie entsprachen wohl der Prämisse, dass sich ein Architekt nur aufgrund seiner Leistungen hervortun sollte und somit letztlich nur sein gebautes Werk adäquate Werbung darstellte. Im öffentlichen Raum konnte sich Architektur problemlos gegen Plakate und Schautafeln behaupten. Die Professionsorganisationen konnten daher auch plausibel

¹²³⁷ Eine vergleichbare Einflussnahme auf die Art wie Medien von Architekten benutzt werden, wäre gegenwärtig nicht vorstellbar. Dass eine Berufsorganisation festlegt, wo und wann ein Architekt seinen Namen publik macht, ist in Zeiten von Facebook, Twitter u.ä. wohl unvorstellbar.

einfordern, gute Architektur müsse für sich selbst sprechen und brauche keine zusätzliche Werbung. Dieses Argument funktionierte aber beispielsweise für Printmedien nur bedingt. Stellenanzeigen, Bekanntmachungen und Glückwunschbekundungen konnten potentiell ebenfalls auf einen Architekten aufmerksam machen und somit zur ‚Schleichwerbung‘ benutzt werden. Im RIBA und AIA mühten sich die Verfasser des Werbeverbots darum, geeignete Formulierungen zu finden, um unzulässige Reklame zu verbieten, aber notwendige Formen der Selbstdarstellung zu erlauben. Um jeder möglichen Ausnahme Rechnung tragen zu können, wurde der entsprechende Werbeparagraph immer länger und komplizierter. Besonders schwierig gestaltete sich im RIBA der Umgang mit Zeitungsberichten oder Fernsehdokumentationen über Architekten. Deren generelles Verbot wurde zwar zwischenzeitlich diskutiert, letztlich aber doch nicht umgesetzt, weil negative Auswirkungen auf den Stellenwert von Architektur in der Öffentlichkeit befürchtet wurden. Die Grundprämisse des Werbeverbots, das Werk eines Architekten müsse für sich selbst sprechen und bedürfe keiner Werbung machte in einer massenmedial geprägten Gesellschaft immer weniger Sinn, wie auch Malcolm MacEwen in seiner Funktion als Chief Information Officer des RIBA 1961 resümierte:

„It remains true that the best public relations is good architecture [...]. But good work cannot be left to speak for itself [...].“¹²³⁸

Das Werbeverbot war aus einer Grundhaltung heraus entstanden, die Architekten als Experten verstand, die ihr Handeln an wissenschaftlichen Grundsätzen ausrichteten. Die Ergebnisse ihrer Arbeit stellten demnach eine Qualität zur Schau, die von sich aus zu überzeugen hatte, ohne der Überredungskünste der Werbeindustrie zu bedürfen. In einer zunehmend von Massenmedien geprägten Gesellschaft war eine unmittelbare Kommunikation, bei der ein Bauwerk selbst als Medium fungierte, aber aufgrund der kurzen Reichweite nur noch bedingt wirkmächtig. In beiden Professionsorganisationen setzte sich daher mit der Zeit die Erkenntnis durch, dass sich eine zu strikte Interpretation des Werbeverbots negativ auf die gesellschaftliche Wahrnehmung von Architektur und Architekten auswirken könne.

Eine unterschiedliche Haltung von RIBA und AIA lässt sich insbesondere daran festmachen, in welches Verhältnis das Werbeverbot jeweils zur Öffentlichkeitsarbeit gesetzt wurde. Das AIA betrachtete beides schon seit den 1920ern als getrennte Bereiche

1238 RIBA/PubRel/11.1.5, Report from the PRC, S. 4, PRC Meeting Agenda vom 15.6.1961.

und hatte ‚publicity‘ klar den Vorrang gegenüber dem Werbeverbot eingeräumt. Dagegen führte das RIBA eine derartige Differenzierung erst in den 1960er Jahren ein. Entsprechend beschäftigte sich das AIA im Untersuchungszeitraum auch stärker mit ‚public relations‘ während im RIBA primär über ‚advertisements‘ diskutiert wurde. Dies wirkte sich auch darauf aus, wie beide Organisationen das Medienverhalten der eigenen Mitglieder regulierten beziehungsweise förderten.

Das RIBA hielt mit Nachdruck am Werbeverbot fest und entwickelte ein detailliertes Regelwerk, um jegliche Form vermeintlicher Werbung unterbinden zu können. So zwang es in den 1950er Jahren beispielsweise einzelne Architekten dazu, ihre Büroschilder zu entfernen, wenn diese eine festgelegte Schriftgröße überschritten. Noch in den 1970er Jahren waren Stellenanzeigen hinsichtlich ihrer Form und ihres Inhalts streng geregelt. Kurzzeitig wurde sogar erwägt, sie nur noch in anonymer Form zuzulassen. Das Werbeverbot regelte auch, in welcher Form eine Adressänderung bekannt gemacht werden durfte oder welche Voraussetzungen erfüllt sein mussten, um Architekturzeichnungen zu veröffentlichen. Gänzlich verboten war es RIBA-Mitgliedern, einen PR-Experten zu engagierten. Auf diese Weise konzentrierte sich das RIBA auf die Maßregelung der eigenen Mitglieder, um ein Verhalten sicherzustellen, das dem hohen Ideal einer Gentlemens-Profession entsprach.

Das AIA verstand sich dagegen vielmehr als Serviceanbieter und bemühte sich in diesem Sinne gezielt darum, seine Mitglieder in ihrer Medienkompetenz zu schulen. Dazu bot es seit den 1950ern PR-Seminare an und stellte PR-Handbücher bereit. Die Öffentlichkeitsarbeit eines Architekten wurde im AIA als integraler Bestandteil einer professionellen Unternehmenskultur verstanden und entsprechend gefördert. So wurde den eigenen Mitgliedern ausdrücklich empfohlen, einen PR-Agenten zu beauftragen. Auch wurde ihnen beispielsweise genau erklärt, wie sie an Herausgeber und Redakteure von Tageszeitungen herantreten sollten und welches Pressematerial sie über die eigene Arbeit vorbereiten und verbreiten sollten. Das RIBA erlaubte seinen Mitgliedern ein solches proaktives Gebaren ausschließlich in Fachzeitschriften und hielt bis 1973 an einer Differenzierung von ‚professional press‘ und ‚lay press‘ fest. Selbst Stellenanzeigen durften bis dahin nicht in Tageszeitungen auftauchen.

Überspitzt gesagt suggerieren die Quellen, dass dem britischen Gentleman, der die persuasive Öffentlichkeit der Medien mied, ein proaktiver amerikanischer Unternehmer gegenübergestanden habe, für den der Umgang mit Medien lediglich eine Kompetenz unter vielen darstellte. Während vom RIBA das Werbeverbot als zentrales Element der

Professionsehre mit Vehemenz verteidigt wurde, entwickelte das AIA einen Ansatz, der dieses Ideal zwar beibehielt, gleichzeitig aber auch die Potentiale einer Mediengesellschaft ausschöpfte.

Werbung blieb in beiden Organisationen verboten, in den USA wurden darunter jedoch meist Reklameanzeigen im klassischen Sinne verstanden. Ausdrücklich erlaubt waren professionelle Formen der Selbstdarstellung und Öffentlichkeitsarbeit. Dies galt auch auf institutioneller Ebene. Um ein effektives PR-Programm betreiben zu können, hatte das AIA Anfang der 1950er Jahre sogar den Jahresbeitrag substantiell erhöht. Die Art und Weise, wie das Werbeverbot dagegen vom RIBA ausgelegt wurde, setzte nicht nur den Mitgliedern, sondern auch der institutionellen Öffentlichkeitsarbeit enge Grenzen. Im AIA koexistierten Werbeverbot und Öffentlichkeitsarbeit, ohne dass dies als Widerspruch wahrgenommen worden wäre. Geschuldet war dieser affirmative Umgang mit Massenmedien einem höheren Stellenwert, den PR- und Werbebranche im US-amerikanischen Kontext genossen. Beide hatten sich hier bereits zu Beginn des 20. Jahrhundert erfolgreich professionalisiert und von negativen Assoziationen befreien können. In Großbritannien wurde PR noch in den 1950er und 1960er Jahren als Propaganda verunglimpft und mit schnöder Werbung assoziiert, so dass sich das RIBA deutlich distanzierte. In den USA war es dagegen möglich, PR als Zeichen für Fortschrittlichkeit und Inbegriff von Professionalität aufzufassen.

Auch das RIBA hielt seine Distanziertheit zu den Massenmedien letztlich nicht aufrecht. Deren steigende Bedeutung für den öffentlichen Diskurs führte dazu, dass eine Revision des professionellen Selbstverständnisses letztlich auch hier unumgänglich erschien. Die Alternative wäre aus Sicht der Zeitgenossen gewesen, den öffentlichen Diskurs über Architektur gänzlich Laien zu überlassen. So entschloss sich auch das RIBA in den 1960er Jahren dazu, die strikten Regeln schrittweise zu lockern, um eine Intensivierung der eigenen Öffentlichkeitsarbeit legitimieren zu können.

Es kann davon ausgegangen werden, dass eine vergleichbare Entwicklung auch von Architekturorganisationen in anderen Ländern vollzogen wurde. Zum Beispiel erwähnt die Chronik des Bundes Deutscher Architekten (BDA), dass in den 1960er Jahren die Öffentlichkeitsarbeit verstärkt worden sei.¹²³⁹ Noch zu untersuchen wäre allerdings, inwieweit in diesem Zusammenhang die professionsgeschichtliche Differenzierung eines anglo-amerikanischen von einem kontinentaleuropäischen Weg Gültigkeit hat.

1239 Bund Deutscher Architekten BDA (Hrg.): Chronik einer Wahlverwandtschaft, Bd. 6: Goldener Boden 1960-1969, Berlin 2013, S. 24.

Anzunehmen ist, dass eine solche Unterscheidung für die Architekturprofession der 1950er bis 1980er Jahre nur bedingt sinnstiftend ist. In dieser Phase kann das RIBA bis zu einem gewissen Grad vermutlich sogar als beispielhaft für eine gesamteuropäische Situation gelten. Denn im britischen Wohlfahrtsstaat näherte sich die Lage der Architekturprofession dem europäischen Modell in den entscheidenden Punkten an. Zum einen hatte sich die spezifische ‚Schulkultur‘ zu diesem Zeitpunkt bereits auch in Großbritannien und den USA durchgesetzt. Die Ausbildung eines Architekten fand nun auch hier primär an den Universitäten statt und nicht mehr wie noch im 19. Jahrhundert allein im Praxisalltag eines Architekturbüros. Zum andern griff der britische Staat durch den Ausbau öffentlicher Planungsabteilungen erheblich in die Entwicklung der Architekturprofession ein. Damit kann auch nicht mehr von der politischen Autonomie gesprochen werden, die das anglo-amerikanische Professionskonzept in der Regel auszeichnet. Die Annäherung an kontinentaleuropäische Umstände zeigt sich auch in der dokumentierten Konkurrenzsituation zwischen Freiberuflern und Baubeamten. Ein solches Verhältnis war in Großbritannien bis dahin nicht vorherrschend gewesen, erinnert aber an die Konstellation in Deutschland um 1900, als sich freiberufliche Architekten im BDA zusammenschlossen, um gegen Baubeamte zu opponieren.¹²⁴⁰

Die strikte Haltung des RIBA bezüglich des Werbeverbots war zu einem nicht unerheblichen Anteil der heterogenen Mitgliederstruktur geschuldet. Bereits 1949 waren über 40 % aller britischen Architekten in staatlichen oder kommunalen Planungsabteilungen beschäftigt. Freiberufliche Architekten waren innerhalb des RIBA mit steigender Tendenz in der Unterzahl. Die rigorose Handhabung des Werbeverbots und die Ausweitung bestehender Regelungen traf letztere besonders hart. Ihnen wurde der Zugang zu Öffentlichkeit erheblich erschwert, während Baubeamte vom Werbeverbot gänzlich unberührt blieben. In gewisser Weise sicherte das Werbeverbot sogar ihre Vormachtstellung. Das Beispiel des Barbican in London mag dabei vor Augen führen, welches Interesse Baubeamte daran gehabt haben könnten, freiberuflichen Architekten den Zugang zur Medienöffentlichkeit zu erschweren. Immerhin setzten die von der Presse gezeigten Architekturzeichnungen der Privatarchitekten *Kadleigh, Whitfield & Horsbrugh* die Planungsabteilungen des London County Council und der Corporation of London gehörig unter Druck.

1240 Bolenz, Eckhard: Vom Baubeamten zum freiberuflichen Architekten. Technische Berufe im Bauwesen, Frankfurt am Main 1991, S. 226f.

Eindrücklich wird der interne Konflikt aber auch an den Diskussionen über Initiativbewerbungen vor Augen geführt, über deren ungebetene Zusendungen sich einzelne Baubeamte beschwerten. Sie argumentierten dabei, dass in der aktuellen Situation ein Baubeamter weniger Kollege als vielmehr Auftraggeber eines Architekten darstelle. Mit dieser Darstellung war es möglich, die Anschreiben von Freiberuflern an ihre Kollegen in den Planungsabteilungen als unzulässiges Herantreten an einen Kunden und somit als Verstoß gegen das Werbeverbot zu interpretieren.

Hatte das Werbeverbot des RIBA also anfänglich ein kollegiales Miteinander und ein einheitliches Medienverhalten unter den Professionsangehörigen sicherstellen wollen, drohte es im Laufe seiner Überarbeitungen genau dieses Ziel zu konterkarieren und ungleiche Voraussetzungen zu schaffen. Derartige interne Konflikte hatte das AIA nicht zu bewältigen. Aufgrund der homogenen Mitgliederstruktur war es für das AIA deutlich einfacher, eine einheitliche Position zu entwickeln. Das AIA verstand sich ganz eindeutig als Interessenverband freiberuflicher Architekten, die auch die Mehrheit seiner Mitglieder stellten. In dieser Funktion betrieb es im gesamten Untersuchungszeitraum beständige Lobbyarbeit gegen den Ausbau staatlicher Planungsabteilungen. Anstatt sich also mit internen Konflikten beschäftigen zu müssen, konnte sich das AIA ganz auf eine Verbesserung der Marktsituation freiberuflicher Architekten konzentrieren.

6.1.2 Öffentlichkeitsarbeit als Reaktion auf die ‚Architektenkrise‘

Sogenannte Package Dealer stellten für Architekten in Großbritannien wie auch den USA die größte Konkurrenz dar. Als Fertighausanbieter oder Generalunternehmer bedrohten sie die Auftragslage von Architekten erheblich. Mit eigener Planungsabteilung konnten sie Entwurf und Bauausführung aus einer Hand anbieten. Mithilfe von Standardlösungen war es ihnen außerdem möglich, den Planungsaufwand erheblich zu reduzieren. Auf diese Weise boten sie günstige und kalkulierbare Preise an, mit denen Architekten schwerlich konkurrieren konnten. Insbesondere im AIA wurde viel Zeit auf die Analyse der Methoden von Package Dealern verwendet. Hervorgehoben wurde dabei nicht zuletzt die aggressiven Werbemethoden, die sie anwendeten, von denen sich Architekten aber zu distanzieren hatten. Angebote dieser Firmen schienen allgegenwärtig, während Architekten in den Massenmedien aufgrund des Werbeverbot weit weniger präsent waren. Aber auch Designer oder Ingenieure, die ein ähnliches Leistungsspektrum wie Architekten anboten, waren nicht an ein Werbeverbot gebunden. In der Presse häuften sich daher Werbeanzeigen solcher Mitbewerber, während Architekten Zurückhaltung pflegten.

In den Augen der Zeitgenossen stand zu befürchten, dass der Öffentlichkeit damit ein Bild vom Baugewerbe vermittelt werde, das ganz ohne Architekten auskomme. Das Dilemma wurde auch im RIBA und anhand unterschiedlichster Medienformate deutlich. In den 1960er Jahren offenbarte sich beispielsweise an Baustellenschildern, dass eine Beschränkung der Selbstdarstellung fatale Auswirkungen auf die so vermittelte Rolle von Architekten im Bauprozess haben konnte. Während sich Architekten an eine festgelegte Schriftgröße ihrer Namen und Berufstitel halten mussten, waren die beteiligten Baufirmen, Ingenieure und Designer zu solchen Einschränkungen nicht verpflichtet. Passanten signalisierte dies eine untergeordnete Rolle des Architekten. Wie einzelne RIBA-Mitglieder anmerkten, führte die Unlesbarkeit des Architektentitels in Einzelfällen gar dazu, dass nicht einmal mehr ersichtlich war, welcher Architekt für einen bestimmten Neubau verantwortlich zeichnete. Auch in den Diskussionen über Fernsehdokumentationen schwang das Problem mit. Auf der einen Seite bemühte sich das RIBA Ende der 1960er Jahre darum, dass im Fernsehen mehr über Architektur berichtet werde. Gleichzeitig verbot es Architekten aber, in diesem Medium aufzutreten und eigene Standpunkte zu vertreten. So ließ die BBC das RIBA wissen, dass es prinzipiell gerne mehr Sendungen über Architektur zeigen wolle. Das Publikum sei nun aber einmal vor allem an Menschen interessiert und Architekten müssten sich ja leider hinter einem „cloak of professionalism“¹²⁴¹ verstecken.

Im Grundsatz hatte das Werbeverbot beider Organisationen die Funktion, die eigene Profession durch eine zurückhaltende Form der Selbstdarstellung von den aggressiven Werbestrategien der Bauunternehmer abzugrenzen. Eine solche Distanzierung mochte zu Beginn des 20. Jahrhunderts noch ein Alleinstellungsmerkmal dargestellt und einen Marktvorteil verschafft haben. Insbesondere seit den 1950er Jahren drohte sich dieser Vorteil jedoch in sein Gegenteil zu verkehren. RIBA und AIA diskutierten im Untersuchungszeitraum gleichermaßen darüber, dass die geforderte professionelle Zurückhaltung in den Massenmedien den sozialen Status von Architekten zu gefährden schien. So wirkten sich Werbeanzeigen, Zeitungsberichte, Fernsehdokumentationen und Radiobeiträge eben nicht nur auf die Popularität eines einzelnen Architekten aus, auch wenn das Werbeverbot in seinem Grundprinzip an diesen Aspekt geknüpft war. Die Vorschriften zur Medienpraxis von Architekten hatten auch Einfluss auf die gesellschaftliche Relevanz von Architektur. So war in Zeitschriften zu lesen, Architekten

1241 RIBA/PubRel/11.1.5, Interpretation of the Code in Relation to Advertinsing and Publicity, Anlage zur PRC Meeting Agenda vom 18.01.1966, Abschnitt 2, S. 1.

seien überflüssig. Das Fernsehen zeigte Planer, die in Wahrheit Bauunternehmer waren oder verfolgte Bauvorhaben, bei denen überhaupt kein Architekt mehr nötig war. Und in den Tageszeitungen war von einer Kluft zwischen Architekten und Bevölkerung zu lesen. In der Wahrnehmung von AIA und RIBA machte sich eine ‚Architektenkrise‘ daher auch als erstes in den Massenmedien bemerkbar. Und das schon lange bevor die Kritik am Städtebau der Nachkriegszeit laut wurde, die Ölkrise ausgelöst war oder die sich daran anschließende Rezession greifbar wurde. Eine drohende ‚Imagekrise‘ zeichnete sich für die Professionsorganisationen von Architekten schon in den 1950er Jahren ab. Sie fand primär in den Massenmedien statt, wurde dort kolportiert und hier setzten die Professionsorganisationen RIBA und AIA auch an, um ihr entgegenwirkten. Zu diesem Zweck entwickelten beide Institutionen umfangreiche PR-Programme. Das AIA hatte seine Öffentlichkeitsarbeit schon weitaus früher als das RIBA auch auf massenmediale Formate ausgeweitet. Seit den 1930er Jahren erstellte es stets neue Informationsbroschüren für potentielle Bauherren, um die Qualitäten von Architektenleistungen herausstellten. Seit 1950 wurden Filme produziert, die als besonders effektives Mittel betrachtet wurden, um in Laien ein Interesse für Architektur zu wecken. Ende der 1950er Jahre wurden PR-Agenturen engagiert, die sich als ‚Spin Doctors‘ betätigten und Beiträge in der Presse lancierten. Seit Anfang der 1960er Jahre organisierte und finanzierte das AIA Seminare für Journalisten, um diese für Architekturthemen zu sensibilisieren. Das AIA verschaffte Architekten damit gezielt ‚Sendezeit‘ und ‚Printfläche‘.

Das RIBA agierte auch in diesem Bereich zunächst zurückhaltender. Es hatte zwar schon 1933 selbst ein *Public Relations Committee* (PRC) etabliert, dies kümmerte sich jedoch um eher traditionelle Formen der Öffentlichkeitsarbeit, indem es Ausstellungen und Vorträge organisierte. Ein Richtungswechsel war erst in den 1960er Jahren zu beobachten. Zu diesem Zeitpunkt bemühte sich nun auch das RIBA darum, Zeitungsberichte über Architektur und Architekten zu platzieren oder produzierte Informationsbroschüren für Bauherren zu erstellen. Eine Unterstützung durch externe PR-Berater lehnte das RIBA jedoch stets ab.

Trotz dieser Unterschiede durchliefen AIA und RIBA eine ähnliche Entwicklung mit vergleichbarer Ausgangslage und analogem Ergebnis. Der Beginn dieses Prozesses kann am Werbeverbot festgemacht werden, das vom AIA 1909 und vom RIBA 1923 erstmals schriftlich festgehalten wurde. Als Endpunkt der Entwicklung kann einerseits die von den Kartellbehörden erzwungene Abschaffung des Werbeverbots gelten, die in den USA 1976

und in Großbritannien 1986 erfolgte. Andererseits können dafür die ersten von AIA und RIBA geschalteten Werbeanzeigen herangezogen werden, die die Überlegenheit eines Architekten gegenüber eines Package Dealers hervorhoben. AIA und RIBA entwickelten beide großflächige Werbeanzeigen für Tageszeitungen oder Populärmagazine. Das AIA nutzte diese Methode allerdings schon 1972, während sich das RIBA dazu erst 1981 durchringen konnte.

Damit waren in beiden Organisationen rund sechzig Jahre nötig, um das tradierte Professionsverständnis an eine moderne Mediengesellschaft anzupassen. Zu einer Revision regte insbesondere die ‚Architektenkrise‘ zu Beginn der 1970er Jahre an. Denn gerade in den Massenmedien sahen AIA und RIBA das geeignete Kommunikationsmittel, um einer Imagekrise zu begegnen. Um positiv auf das Bild von Architekten einwirken zu können, ließ sich eine Interaktion mit Massenmedien in der Wahrnehmung der Professionsorganisationen nicht länger vermeiden. Als Quellen konnten für die vorliegende Arbeit vor allem Printmedien untersucht werden. Die internen Berichte von AIA und RIBA weisen aber darauf hin, dass auch Filme, Fernsehspots und Radiobeiträge beliebte Mittel darstellten, um auf die öffentliche Meinung einzuwirken. Dokumentiert ist in den Quellen zwar ihre Produktion, ihr Verbleib ist in den meisten Fällen jedoch leider ungeklärt.

Entscheidend für die zeitlich verzögerte Entwicklung des RIBA zum AIA war wohl der unterschiedliche Status der PR- und Werbebranchen in beiden Ländern. In den USA waren PR-Experten nicht nur höher angesehen, sie übten auf das AIA in gewisser Weise auch enormen Druck aus. Zum Beispiel warfen sie dem AIA wiederholt vor, altertümlichen Professionsvorstellungen verhaftet zu sein. Auch verwiesen sie auf Meinungsumfragen, die ergeben hätten, dass kaum jemand genau wisse, was einen Architekten genau auszeichne. Zweifellos war die PR-Branche in den USA weitaus angesehener und der Umgang mit ihr selbstverständlicher. Mit Massenmedien wurde hier bereitwilliger umgegangen. Ihr Potential, Aufmerksamkeit zu generieren, wurde genutzt, ohne dass dies das Ansehen einer Institution geschadet hätte. Im Selbstverständnis US-amerikanischer Zeitgenossen wurde einem Thema, einem Produkt, einer Institution oder – wie das Beispiel der Boston City Hall verdeutlichte – auch einer Stadt dadurch lediglich die verdiente Aufmerksamkeit zuteil.

6.1.3 Architekten als ‚Bildproduzenten‘ in der Tagespresse

Mit der Alltagspraxis der meisten Architekten hatten die internen Debatten von RIBA und AIA über Werbeverbot und Öffentlichkeitsarbeit wohl eher wenig zu tun. Insbesondere junge Architekten betrachteten Massenmedien sicher nicht primär als Herausforderung für ihre Professionsehre. Sie schätzten vielmehr die von ihnen gebotene Möglichkeit, Aufmerksamkeit zu generieren. Gerade Berufsanfänger legten ein ungezwungenes Verhältnis zu Massenmedien an den Tag und wurden deshalb wegen Missachtung des Werbeverbots häufiger vom RIBA verwarnt. Auch im AIA waren es nachweislich junge Architekten, die für eine Abschaffung des Werbeverbots votierten. Für die nachwachsende Architektengeneration boten vor allem Printmedien die Möglichkeit, auch ohne konkreten Bauauftrag die eigene kreative Schaffenskraft unter Beweis zu stellen. Architekturzeichnungen kam dabei entscheidende Bedeutung zu. Illustriert ist dies beispielsweise durch die Karriere von Architekten wie Archigram, die sich ohne substanzielle Bautätigkeit einen festen Platz im Kanon der Architekturgeschichte sichern konnten. In dieser Hinsicht wurden Massenmedien von Architekten schlichtweg als Betätigungsfeld betrachtet, in denen mittels Architekturzeichnungen am etablierten Architekturdiskurs teilgenommen werden konnte.

Wie die Fallbeispiele des Barbican in London und der Boston City Hall zeigen, waren dabei aber nicht nur Architekturzeitschriften von Bedeutung. Wirkmächtig konnten Architekturzeichnungen und -modelle gerade dann werden, wenn sie von Zeitungen – also der Massenpresse – aufgegriffen wurden. Mit ihrer Hilfe konnte dann Einfluss auf öffentliche Planungsdebatten ausgeübt oder effektives Stadtmarketing betrieben werden. Aus Sicht eines Auftraggebers kam den von Architekten verantworteten Abbildungen daher auch ein Eigenwert zu, der weit über ihre Funktion als schlichter Verweis auf ein zukünftiges Gebäude hinausging. In ihrer Rolle als Produzenten aufsehenerregender Bilder waren freiberufliche Architekten der Konkurrenz von Baubeamten und Package Dealer auch deutlich überlegen. Diese Fähigkeit stellte ein Alleinstellungsmerkmal dar, war bei Auftraggebern gefragt und eröffnete damit auch eine sichere Marktposition. In den untersuchten Fallbeispielen wurden die Architekten zwar nicht explizit aufgrund dieser Eigenschaften engagiert. Die Beispiele verdeutlichen jedoch, inwiefern diese Kernkompetenz für Auftraggeber attraktiv sein konnte.

Wie die Entstehungsgeschichte des Barbican in London zeigte, konnte durch die Publikation von Architekturzeichnungen massiv auf Planungsprozesse eingewirkt werden. Auf diesem Weg wurden alternative Planungsvorschläge verbreitet, die einen Diskurs

überhaupt erst ermöglichen. So war der von *Kadleigh, Whitfield & Horsbrugh* erarbeitete Entwurf für das brach liegende Barbican-Areal im Jahr 1954 zwar bereits als Bauantrag eingereicht worden. Ohne die Berichterstattung in der Presse wäre dieser von den Behörden jedoch ignoriert und das Gelände heute vermutlich ganz anders bebaut worden. Erst die Aufmerksamkeit der *Times* führte dazu, dass sich die Planungsabteilungen tatsächlich mit dem Vorschlag beschäftigen mussten. Dabei machte sich das *New Barbican Committee* als Auftraggeber der Architekten eine ausgefeilte Medienstrategie zu eigen. Zunächst fachten sie das öffentliche Interesse mittels Leserbriefen an, so dass die Forderungen immer lauter wurden, die eingereichten Architekturzeichnungen publik zu machen. Als die Behörden auch darauf nicht reagierten, wurde der Entwurf in der Fachpresse lanciert. Dieses Vorgehen schützte die verantwortlichen Architekten, die in einem früheren Fall bereits in Konflikt mit dem Werbeverbot geraten waren. Aufgrund der vorangegangenen Leserbriefe wurden die Entwurfszeichnungen nun auch von der *Times* aufgegriffen, womit sie eine öffentliche Debatte über die Planungspraxis der Lokalbehörden provozierte. Erst durch den Vorstoß der Investoren in der Tagespresse und das bereitwillige Aufgreifen der Angelegenheit durch die *Times* konnte ein Planungsdiskurs stattfinden. Mit diesem Vorgehen zog das *New Barbican Committee* zwar keinen Auftrag an Land. Die Zeichnungen von *Kadleigh, Whitfield & Horsbrugh* wirkten aber zweifellos massiv auf die lokale Planungspolitik ein und prägten auch die letztlich baulich umgesetzte Form des heutigen Barbican in entscheidender Weise mit.

Das Fallbeispiel der Boston City Hall verweist dagegen auf die Rolle, die Architekturzeichnungen für das Stadtmarketing zukommen konnte. In diesem Sinne stellt das Gebäude in gewisser Weise ein frühes Beispiel für den Bilbao-Effekt dar, auch wenn hier kein Stararchitekt, sondern ein bis dato unbekanntes Architektentrio zum Zuge kam. Dem geplanten Rathaus wurde zentrale symbolische Bedeutung für ein großangelegtes Urban Renewal Projekt zugeschrieben, das Boston zu neuem wirtschaftlichen Aufschwung verhelfen sollte. Das anvisierte ‚New Boston‘ sollte medienwirksam inszeniert werden, wobei der Boston City Hall entscheidende Funktion zukam. So eignete sich besonders der 1962 durchgeführte Architekturwettbewerb, um das Interesse der Presse zu wecken. Er provozierte ein regelrechtes Medienspektakel, das der Stadt enorme nationale und internationale Aufmerksamkeit verschaffte. Mit dem Gewinnerentwurf der Architekten *Kallmann, McKinnell & Knowles* wurde in gewisser Weise auch das ‚neue Gesicht‘ der Stadt enthüllt. Ein Spannungsmoment wurde auch in diesem Fall dadurch aufgebaut, dass die Architekturzeichnungen und -modelle gezielt zurück gehalten wurden. Bereits 1959

war eine Vorstudie erarbeitet worden, die zahlreiche Kriterien der äußeren Gestalt des geplanten Gebäudes vorweg genommen hatte. Die dabei entstandenen Entwurfsskizzen wurden jedoch nicht genutzt, um damit in einen Austausch mit der Bevölkerung zu treten. Auch die Entwürfe der acht Wettbewerbsfinalisten wurden nicht öffentlich gezeigt, obgleich sie in ihrem ersten Planungsstadium schon Monate vor der Bekanntgabe des Endergebnisses vorlagen. Vor allem wurde auch die Ausstellung über die Wettbewerbsergebnisse so streng abgeriegelt, dass die auf die Folter gespannte Presse aus Mangel besserer Alternativen Fotografien der Wachmänner abdruckte. Die Wahl des Gewinnerentwurfs, der ein für die Stadt Boston eher ungewöhnliches Bauwerk in Sichtbeton präsentierte, löste kontroverse Debatten und eine anhaltende Berichterstattung aus. Genau damit hatten die Verantwortlichen gewissermaßen ihr Ziel erreicht. Der eingereichte Entwurf der Architekten *Kallmann, McKinnell & Knowles* machte dabei eine beachtliche Medienkarriere. Nicht nur in der lokalen, nationalen und internationalen Presse zirkulierten ihre Architekturzeichnungen, auch für Wahlwerbung, Produktwerbung und Marketingbroschüren mussten sie herhalten.

Die Fallbeispiele führten vor Augen, dass Architekten *auch* in ihrer Expertise als ‚Bilderproduzenten‘ gefragt waren. Das Barbican in London und die Boston City Hall zeigen, dass ihnen als Endprodukte der Arbeitsleistung von Architekten ein ganz eigener Warenwert zukam. So wurde deutlich, dass die Abbildungen insbesondere für die Auftraggeber der Architekten unverzichtbare materielle Erzeugnisse darstellten. In London zwangen nicht die in der Tagespresse geführten Debatten über die städtebauliche Nutzung des Barbican Areals die Lokalpolitik zum Handeln, sondern erst die Gegenüberstellung der Entwurfsmodelle anhand von Fotografien. Und im Falle der Boston City Hall lässt sich mit gutem Recht sagen, dass die vor Baubeginn produzierten Zeichnungen und Modelle bedeutsamer für das Stadtmarketing waren als der fertiggestellte Bau.

Ihr Potential zur Generierung medialer Aufmerksamkeit entfalteten die Abbildungen jedoch erst in der Tagespresse und außerhalb des begrenzten Fachdiskurses. Im direkten Vergleich nahm die Presse in beiden Fällen eine geradezu entgegengesetzte Rolle ein. Während die Lokalpresse in London die Gegner der Kommunalbehörden unterstützte, schlug sie sich in Boston vielmehr auf die Seite der Stadtverwaltung, indem sie ihr die mediale Aufmerksamkeit zuteil werden ließ, die für das anvisierte Stadtmarketing nötig war. Es waren vor allem die Auftraggeber der Architekten, die sich darum bemühten,

beiden Bauprojekten mediale Öffentlichkeit zu verschaffen. Die Presse war ihrerseits an Architektur interessiert insofern sie „newsworthy“ war.

Architektur produzierte Schlagzeilen, wenn sie mit spektakulären Bildern einherging und ganz besonders, wenn sie kontroverse Debatten auslöste. Die gegensätzlichen Meinungen zur Boston City Hall, die von „finest building in the United States“¹²⁴² bis hin zu „Ugly! Ugly! Ugly!“¹²⁴³ reichten, wurden von der Presse gerne aufgegriffen und machten die Entwurfszeichnungen und das Architekturmodell zum „conversation piece for weeks“¹²⁴⁴. Neben ästhetischen Eigenschaften eigneten sich auch horrende Baukosten und beschämende Baumängel hervorragend, um damit Schlagzeilen zu produzieren. So kam die über Jahre von der Presse verfolgte und kolportierte Erfolgsstory der Boston City Hall mit ihrer Eröffnungszeremonie zu einem abrupten Ende. Gewissermaßen änderten sich die Vorzeichen, die das Rathaus zu ‚News‘ werden ließen. Nun kamen vielmehr die kleinen Skandale um zu teuer eingekaufte Möbeln und nicht beheizbare Räume zum Tragen.

Die Stimmen der Architekten blieben bei alldem überraschend leise und ihre Anliegen im Grunde auch unterbelichtet. Räumliche Qualitäten, durch die sich beide Entwürfe auszeichneten, kamen in der Presse selten zur Sprache. Kallmann wurde immerhin vom *Boston Globe* mit seinem Ansinnen zitiert, ein „paradise for pedestrians“ und ein „people’s building“ realisieren zu wollen.¹²⁴⁵ Einen ähnlichen Ansatz zeichnete auch Kadleighs Entwurf aus, zu dem er – vermutlich aufgrund der strikten Regeln des RIBA – allerdings nicht selbst Stellung nahm. Dafür interpretierte die *Times* seine Zeichnungen als „Pedestrian Oasis“.¹²⁴⁶ Tatsächlich schwebte den Architekten wohl in beiden Fällen ein ‚Flaneur‘ als idealisierter Nutzer vor. Das Ausmaß der dabei entstandenen Verkehrsflächen ist typisch für viele Bauten der Nachkriegszeit. Aus heutiger Sicht erscheinen sie gerade aufgrund dieser ‚unvermietbaren Flächen‘ als unrentabel. Umso zugänglicher sind sie dafür allerdings für die städtische Bevölkerung und schon aus diesem Grund kommt ihnen ein baukultureller Wert zu. Fraglich ist, ob sich die sensorische Qualität von Architektur in den Medien überhaupt adäquat vermitteln lässt. In ihrer Darstellung werden die Bauten allzu häufig auf ästhetische Faktoren reduziert, diskutiert wird primär darüber, ob sie nun schön oder hässlich seien. Wie schnell sich solche Zuschreibungen jedoch ändern können, illustriert die bemerkenswerte Renaissance, die Betonbauten des Brutalismus in den

1242 HNEA/AR014, Leserbrief von Edward P. Haladay, in: Boston Herald, 21.06.1962.

1243 HNEA/AR014, Leserbrief von Robert Viano, in: Boston Herald, 09.05.1962.

1244 HNEA/AR014, Boston City Hall Design, in: Christian Science Monitor, 07.05.1962.

1245 IHNEA/AR014, It Will Grow on You, 3 Architects Predict, in: Boston Globe, 10.05.1962.

1246 Barbican Flats Project, in: The Times, 26.05.1956, S. 4.

letzten Jahren erlebten. Zahlreiche Publikationen,¹²⁴⁷ Konferenzen,¹²⁴⁸ Ausstellungen,¹²⁴⁹ aber auch Internetseiten wie „Fuck Yeah Brutalism“¹²⁵⁰ oder Parfüms, die nach Beton riechen sollen,¹²⁵¹ weisen jedenfalls auf einen Trendwechsel hin. So sei zum Ende dem Architekten Kallmann das Wort überlassen, der vielleicht ein Bild dessen vermitteln kann, was Architektur außerhalb der Massenmedien zu leisten im Stande ist:

„We decided to create big spaces where people could come into contact [...]. We wanted to draw them into it instead of letting them stand outside. Thus [...] it abounds in entrances, ramps, staircases, and a huge central courtyard – all suitable [...] for sit-ins.“¹²⁵²

1247 An dieser Stelle sei nur auf eine kleine Auswahl aus den letzten drei Jahren verwiesen: Elser, Oliver (Hrg.): SOS Brutalism: Eine internationale Bestandsaufnahme, Zürich 2017; Gatley, Julia /King, Stuart (Hgg.): Brutalism Resurgent, London/New York 2017; Highmore, Ben: The Art of Brutalism. Rescuing Hope from Catastrophe in 1950s Britain, New Haven/London 2017; Phipps, Simon: Finding Brutalism. Eine fotografische Bestandsaufnahme britischer Nachkriegsarchitektur, Zürich 2017; Uffelen, Chris van: Massive, Expressive, Sculptural. Brutalism Now and Then, Salenstein 2017; Beanland, Christopher: Concrete Concept. Brutalist Buildings Around the World, London 2016; Calder, Barnabas: Raw Concrete. The Beauty of Brutalism, London 2016; Grindrod, John /Chadwick, Peter: Brutal London. Construct Your Own Concrete Capital, Munich/London/New York 2016; O’Sullivan, Kevin: Concrete Expressions. Brutalism and the Government Buildings Precinct, Adelaide 2013.

1248 Caring for Brutalism, Konferenz in Durham am 21.10.2017; Brutalismus, Symposiums in Berlin vom 10.-11.05.2012.

1249 A Journey Through Brutalism, Ausstellung in der Rise Gallery Croydon, London vom 23.02.-31.03.2018; SOS Brutalism. Save the Concrete Monsters!, Ausstellung im DAM Frankfurt vom 09.11.2017-02.04.2018.

1250 Fuck Yeah Brutalism, <http://fuckyeahbrutalism.tumblr.com/> [Zugriff: 28.05.2018].

1251 Comme des Garçon Parfum: Concrete, <https://www.comme-des-garcons-parfum.com/concrete/> [Zugriff: 28.05.2018].

1252 Bold Bastion, in: Time, 29.12.1967, S. 36.

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|--------------|--|
| AIA | American Institute of Architects |
| ARCUK | Architects' Registration Council of the United Kingdom |
| BCA | Boston City Archive |
| BL | British Library |
| BPL | Boston Public Library |
| BRA | Boston Redevelopment Authority |
| CCBD | Committee for the Central Business District |
| CIAM | Congrès International d'Architecture Moderne |
| COL | Corporation of London |
| CPB | City Planning Board |
| CPC | Code Policy Committee (des RIBA) |
| CRC | Center for Research Collections, University of Edinburgh |
| FFL | Frances Loeb Library Special Collection, Harvard Design School |
| GCC | Government Center Commission |
| HNE | Historic New England Archive, Boston |
| ITPC | Improvements and Town Planning Committee (der Corporation of London) |
| LADL | Barbara and Leonard Littman Architecture and Design Library |
| LCC | London County Council |
| LMA | London Metropolitan Archives |
| LOC | Library of Congress |
| NBC | New Barbican Committee |
| PRC | Public Relations Committee (des RIBA) |
| PPC | Professional Practice Committee (des RIBA) |
| RFAC | Royal Fine Arts Commission |
| RIBA | Royal Institute of British Architects |
| TPC | Town Planning Committee (des London County Council) |

Quellenverzeichnis

Archivquellen

American Institute of Architects Archive (AIA)

AIA/509, AIA Annual Report.

AIA/Board/ExComMin, Minutes of the Board of Directors.

AIA (Hrg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington ¹1920, ²1923, ³1927, ⁴1943, ⁵1949, ⁶1951, ⁷1953, ⁸1958.

AIA (Hrg.): The Architect's Handbook of Professional Practice, Washington ⁹1963.

Webeverbot im Ehrenkodex des AIA

A Circular of Advice Relative to Principles of Professional Practice and the Canons of Ethics, Abschnitt 12 und 13, in: The American Architect 96 (1909), S. 273f., http://ethics.iit.edu/ecodes/sites/default/files/AIA%20Code%20of%20ethics%201909_0.pdf [Zugriff: 12.03.2018].

A Circular of Advice Relative to Principles of Professional Practice and the Canons of Ethics, Abschnitt 12 und 13, in: AIA (Hrg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington 1920, S. 107.

Principles of Professional Practice, Abschnitt 6, in: AIA (Hrg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington 1943, S. 95f, <https://archive.org/details/cu31924015384278> [Zugriff: 12.03.2018].

Standards of Professional Practice, II. Mandatory Rules of the Institute, Abschnitt 8, in: AIA (Hrg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington 1953, S. 166.

Standards of Professional Practice, II. Mandatory Standards, Abschnitt 12 und 13; in: AIA (Hrg.): The Handbook of Architectural Practice, Washington 1958, S. A 2.05.

AIA (Hrg.): Code of Ethics and Professional Conduct, Abschnitt 12 und 13, Washington 1979, <http://ethics.iit.edu/ecodes/node/3030> [Zugriff: 12.03.2018].

Boston City Archive (BCA)

BCA/0100/001/IIIA-93-118, City Council Proceedings.

BCA/0300/3/A/012-32, Government Center Commission Minutes.

BCA/0300/3/F/092, Akten des City Clerk.

BCA/0200/0244/Box#147/1-15, Mayor John F. Collins, Government Center.

BCA/0200/0244/Box#156/22, Mayor John F. Collins, New Buildings.

BCA/0200/0244/Box#195/4, Mayor John F. Collins, Public Information /Public Relations Officer.

BCA/0200/0244/Box#299/17-19, Mayor John F. Collins, Urban Renewal.

BCA/0200/0244/Box#319/3, Mayor John F. Collins, Edward Logue.

BCA/0200/0244/Box#351/8-10, Mayor John F. Collins, Boston Redevelopment Authority.

Boston Public Library (BPL)

BPL/GOVDOC/BRA/4457/NO.624, Act Providing for the Construction by the City of Boston of a New City Hall.

BPL/GOVDOC/BRA/5/66, Becker and Becker Associates: Space Requirements Report, Proposed City Hall, City of Boston, 24.08.1959.

BPL/BRA/2357, Real Estate Research Corporation: Office Space Market Analysis. Government Center Boston, Juni 1961, <https://archive.org/details/officespacemarke00real> [Zugriff: 19.07.2017].

BPL/BRA/1435, Central Business District Memorandum of Understanding vom 16.08.1962.

BPL/BRA/1257, I. M. Pei & Associates: Government Center Boston. Urban Renewal Project, 30.06.1961, <https://archive.org/details/governmentcenter1961bost> [Zugriff: 19.07.2017].

BPL/BRA/2984, Victor Gruen Associates: Stage One Report Boston Massachusetts, <https://archive.org/details/stageireporttoco00vict> [Zugriff: 19.07.2017].

BPL/M3.B16/GOV/S1, GCC Annual Report 1959-1970.

British Library (BL)

BL/X.415/1586, The Ideal Home Book of Plans, ¹⁰1962, Broschüre.

BL/Cup.1246.c.84, Sergej Kadleigh: High Paddington. A Town for 8000 People, 1952, Broschüre.

Center for Research Collection, University of Edinburgh (CRC)

CRC/GB 0237/PJM/LCC, Percy Johnson-Marshall Collection, London County Council,

Frances Loeb Library Special Collection, Harvard Design School (FLL)

FLL/CIAM/C009, The CIAM Collection 1928-1970, Correspondence Concerned With Preparation for Publication of The Heart of the City.

FLL/VF/NA/2545, The Value of the Architect, Washington 1938, Broschüre des AIA.

FLL/VF/NA/2545/A, Facts About Architecture and Architects, Washington 1954, Broschüre des AIA.

FLL/VF/NA/2545/A, Public Relations for the Architect, Washington 1955, Broschüre des AIA.

FLL/VF/NA/2545/AIA, Facts About Your Architect and His Work, Washington 1963, Broschüre des AIA.

FLL/VF/NA/2545/C, Your Building & Your Architect, Washington 1968, Broschüre des AIA.

FLL/VF/NA/2550/D/1973, You and Your Architect, Washington 1873, Broschüre des AIA.

FLL/VF/NA/11/Am/1969, The AIA. The Architect, His Profession and His Professional Society, Washington 1969, Broschüre des AIA.

FLL/VF/NA/11/Am/1973, You and the AIA, Washington 1973, Broschüre des AIA.

FLL/VF/NA/2000/A/1963, The Value of the Architect, Washington 1963, Broschüre des AIA.

FLL/VF/NA/2545/A, Public Relations for the Architect, Washington 1955, Broschüre des AIA.

FLL/VF/Z 2550/RIBA, Choosing an Architect, London 1963, Broschüre des AIA.

Historic New England Archive (HNE)

HNE/AR014, Nachlass der Architekten Kallmann, McKinnell & Knowles.

Library of Congress (LOC)

LOC/HC108.B65/G74/1960Z, Boston Greater Chamber of Commerce: The New Boston – Its People – Its Places – Its Potentials, Boston ²1963.

LOC/MSS31211/Box3, Edmund Randolph Purves Papers, 1916-1964, Speech and Article Files, 1936-1961, Library of Congress, Washington.

London Metropolitan Archive (LMA)

LMA/CLA/072/01, Common Council Papers, COL

LMA/COL/CC/04/03/42, Common Council Minutes, COL

LMA/COL/CC/ITP/02, Improvements and Town Planning Committee Papers, COL

LMA/COL/CC/ITP/01, Improvements and Town Planning Committee Minutes, COL

LMA/LCC/MIN11, Town Planning Committee Minutes London, LCC

Royal Institute of British Architects Library and Collections (RIBA)

RIBA/CNCL/1.2.2, RIBA Council Minutes and Papers, 1949-1970.

RIBA/PRC/8.1.3, RIBA Professional Practice Committee Minutes & Papers, 1962-1983.

RIBA/PC/4.3.8, Professional Conduct: Code of Conduct Issues, 1979-1984.

RIBA/PubRel/11.1.5, RIBA Public Relations Committee Minutes, 1955-1967.

RIBA/72.08//ROY, RIBA, Handbook of Architectural Practice, London 1963, 1967, 1973.

RIBA/72.08.658.84//ROY., London Media Group of the RIBA (Hrg.): An Architects' Guide to Marketing the Smaller Practice, 1979.

Webeverbot im Ehrenkodex des RIBA

Suggestions Governing the Professional Conduct and Practice of Architects, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1923, S. 76.

Suggestions Governing the Professional Conduct and Practice of Architects, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1927, S. 101.

Code of Professional Practice, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1933, S. 20f.

Code of Professional Practice, Abschnitt 3, in: RIBA Kalendar, London 1943, S. 183f.

RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Practice, Abschnitt 3, London 1946.

RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 6-9, London 1950.

RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 6-9, London 1953.

RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 6-9, London 1973.

RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 3.6, London 1978.

RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 3, London 1981.

RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 3.6, 1982.

RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 3.6, 1984.

RIBA/72.08:174//ROY, Code of Professional Conduct, Abschnitt 3.6, 1986.

Werbeanzeigen

- AIA (Hrg.): Why? Why Not?, in: Time Magazine, 1969.08.22, S. 38f.
- AIA (Hrg.): Four Myths About Architects (Werbeanzeige), in: Wall Street Journal, 12.9.1972, S. 27.
- AIA (Hrg.): Why Hire an Architect If All I Need Is Four Walls and a Roof (Werbeanzeige), in: Wall Street Journal, 6.10.1972, S. 21.
- AIA (Hrg.): Before You Start Building, Read This Booklet (Werbeanzeige), in: Wall Street Journal, 11.10.1972, S. 15.
- Austin Company: Shoe Corporation of America integrated warehouse simplifies and speeds national distribution, in: Fortune Magazine 46 (1952/Juli), S. 32f.
- Brown & Root, Inc.: Like Leonardo ... Brown & Root is expert in saving time ... money, in: Fortune Magazine 46 (1952/Sep), S. 145.
- Chas. T. Main, Inc.: Engineering Industry' Dependable Ally, in: Fortune Magazine 46 (1952/Juli), S. 150.
- Marley: New Home of the Marley Company, in: Courier-Journal Louisville, 20.06.1954, S. C12.
- Planahome: Are You Searching for Your Ideal Home?, in: The Yorkshire Post and Leeds Mercury, 26.06.1954, S. 5.
- RIBA (Hrg.): Have You Ever Wished You Had Been Better Advised? It Pays to Use an Architect, in: The Times, 29.10.1981, Supplement, S. IV.

Zeitungs- und Zeitschriftenbeiträge

- Architect Cleared Of Fraud, in: Gloucester Citizen, 01.04.1949, S. 12.
- Architects and the Public, in: American Architect 117 (1920), S. 359–362.
- Architects, the Public, and the Future, in: British Architect 59 (1903), S. 201.
- Banham, Reyner: The New Brutalism, in: Architectural Review 118 (1955), S. 355–361.
- Bodenschatz, Harald: Die ‚postmoderne‘ Architektur baut an ihrem Mythos. Zur Diskussion über die erste Architektur-Biennale in Venedig 1980, in: Arch+ 54 (1980), S. 4–5.
- Boyd, Robin: New Brutalism Defined at Last, in: Architects' Journal 122 (1956), S. 339.
- Boyd, Robin: The Sad End of New Brutalism, in: Architectural Review 1967, S. 9–11.
- Brown, G. A.: The New Brutalism (Leserbrief), in: Architectural Review 119 (1956), S. 152.
- Brutalismus. Rauh und rissig, in: Spiegel 47 (1967), S. 188–193.
- Burson, Harold: The Architect and Public Relations, in: Architectural Record 127 (1960/Feb), S. 165–181.
- Campbell, Anson B.: The Truth About Architects. Public Relations Goal, in: Architectural Record 114 (1953/Sep), S. 10.
- Das High Paddington Projekt, in: Neue Stadt 7 (1953/11), S. 498–503.
- Denny, Robert R.: Public Relations. A Problem in Design, in: AIA Journal 28 (1957/Okt), S. 335–337.
- Denny, Robert R.: Public Relations. and Professional Ethics, in: AIA Journal 28 (1957/Nov), S. 387–390.
- Denny, Robert R.: Public Relations. Newspaper Publicity, in: AIA Journal 28 (1957/Dez), S. 457–459.
- Reilly, Charles H.: Propaganda and Publicity, in: RIBA Journal 28 (1921), S. 547f.
- Etkes, Asher B. /Dodd, Raymond: The Architect and Public Relations, in: Progressive Architecture 33 (1952/Okt), S. 19–20.
- Fritsch, Karl: Die Architektur auf Kunstausstellungen, in: Deutsche Bauzeitung 14 (1880), S.161–162.

Four Men on Conspiracy Charge, in: Nottingham Evening Post, 07.02.1949, S. 5f.

Hackney, Roderick P.: Using the Media, in: Architects' Journal 176 (1982/44), S. 89–90, (1982/45), S. 97–98, (1982/46), S. 91–92.

Harrison, Merritt /Elwell, S. B.: Advertising, Architecture and the Architects, in: Octagon 1 (1929), S. 9–10.

High Paddington. Una ciudad para 8,000 habitantes, in: Revista Nacional de Arquitectura 13 (1953), S. 12–18.

Hofmann, Albert: Zur Stellung der Architektur im öffentlichen Kunstleben Deutschlands, in: Deutsche Bauzeitung 35 (1901), S.226–227. Hough, Gordon L. Public Relations for a Professional Organization, in: Public Relations Journal 9 (1955), S. 23.

Hofmann, Albert: Die Stellung des Baukünstlers im Leben und in der Gesellschaft, in: Deutsche Bauzeitung 53 (1919), S. 457–460, 465–468, 475–478.

Joedicke, Jürgen: New Brutalism. Brutalismus in der Architektur, in: Bauen und Wohnen 18 (1964), S. 421–425.

Kadleigh, Sergei: The High Paddington Scheme, in: Architect & Building News 203 (1953), S. 336–340. High Paddington, in: Architect & Building News 202 (1952), S. 479–482.

Korn, Arthur /Fry, Maxwell /Sharp, Dennis: The M.A.R.S. Plan for London, in: Perspecta 13 (1971), S.163–173.

Krüger, Karl-Heinz: Der Mensch ist Nebensache, in: Der Spiegel 35 (1981/19), S. 220–244.

Lucht, Harry A.: Architects are Lacking in Public Relations, in: The National Architect 7 (1951), S. 2.

MacEwen, Malcolm: Has the Architectural Profession a Future?, in: Architectural Association Quarterly 1 (1968/1), S. 5–12.

MacEwen, Malcolm: The Professional Dilemma, in: RIBA Journal 78 (1971/5), S. 188–193.

MacKean, Charles: Birmingham: Inner-City Experiment Succeeds, in: The Times, 20.06.1978.

MacKean, Charles: Llandaff: Modern Asset to a Village, in: The Times, 19.07.1978.

Macintosh, Kate /Gordon, Alex: Advertising and Directorship Polls, in: Architects' Journal 172 (1980), S. 1226.

Maré, Eric S. de: Et Tu, Brute? (Leserbrief), in: Architectural Review 120 (1956), S. 72.

Marketing 1: What it Should Mean for Architects, in: Architects' Journal 172 (1980), S. 545–548.

Marketing 2: What You CAN Do, in: Architects' Journal 172 (1980), S. 639–644.

Marketing 3: Presentation, in: Architects' Journal 172 (1980), S. 783–790.

McAndrews, Robert J.: Public Relations and the Architect, in: Architect & Engineer 176 (1949/3), S. 10–11.

Nehls, Werner: ‚New Brutalism‘. Beginn einer neuen Epoche, in: Baumeister 64 (1967), S. 75–85.

New RIBA Standard Signboards, in: RIBA Journal 68 (1961/1), S.86.

Pelt, J. V. van: The Question of Public Information About Architecture, in: Journal of the AIA 10 (1922), S. 362–365.

Postley, Maurice G.: Public Relations for Architects, in: Empire State Architect 12 (1952), S. 17.

Practice Promotion: Marketing, in: Architects' Journal 180 (1984/43), S. 87–88.

Professional Signboards, in: RIBA Journal 70 (1963/3), S. 90f.

Robinson, Paul: Architects in the Marketplace, in: Architects' Journal 182 (1985/43), S. 67–68.

Robinson, Paul: The Architect as Businessman, in: Architects' Journal 182 (1985/44), S. 63–64.

Robinson, Paul /Markham, Michael: The Public Relations Consultant, in: Architects' Journal 182 (1985/45), S. 79–80.

Robinson, Paul /Malyan, John L.: Selling a Service, in: Architects' Journal 182 (1985/46), S. 79–80.

Sharpe, Richard: Gobbledigook (Leserbrief); in: Architectural Review 119 (1956), S. 222.

Stowell, Kenneth K.: Poor Relation—Public, That Is, in: Architectural Record 102 (1947/7), S. 69.

Taylor, Howell: Publicity for the Architect, in: Architectural Forum 39 (1923), S. 185–188.

Three Approaches to Architecture, in: Architectural Forum 102 (1955/Mai), S. 142–153.

The New Brutalism; in: Architectural Design 25 (1955/1), S. 1.

Vassiliadis, E. D.: Hunstanton (Leserbrief), in: Architectural Review 118 (1955), S. 354–362.

Walker, C. H.: The Attitude of the Architect and of the Public, in: Architectural Review (Boston) 2 (1893/Nov), S. 65–66.

Walker, Ralph: Public Relations, in: AIA Journal 12 (1949), S. 243–251.

Harrison, Wallace: A So-Called Modern Style, in: New York Herald Tribune, 18.01.1952, S. E11.

War Damage Offences, in: Nottingham Evening Post, 01.04.1949, S. 1.

Warren, Sidney: The General Public and Architects, in: Architecture (New York) 20 (1909), S. 110–111.

Zur Stellung der Architektur in der öffentlichen Meinung; in: Deutsche Bauzeitung 20 (1886), S.416.

Zeitungs- und Zeitschriftenbeiträge zum Barbican in London (chronologisch)

Anstey, Bryan: „High Barbican“. A New Town Town in the City of London? (Leserbrief), in: The Times, 04.07.1953, S. 7.

Cliff, John: High Barbican. London Transport's View (Leserbrief), in: The Times, 11.07.1953, S. 7.

Peppler, George L.: High Barbican (Leserbrief), in: The Times, 15.07.1953, S. 5.

Purdom, C. B.: High Barbican (Leserbrief), in: The Times, 16.07.1953, S. 7.

Whittick, Arnold: High Barbican (Leserbrief), in: The Times, 27.07.1953, S. 5.

Anstey, Bryan: High Barbican“ (Leserbrief), in: The Times, 01.08.1953, S. 9.

Before It Is Too Late, in: The Times, 15.01.1954, S. 9.

Barry, Gerald /Peat, C. U.: New Barbican (Leserbrief), in: The Times, 09.09.1954, S. 9.

Rebuilding In The City, in: The Times, 09.09.1954, S. 5.

A Chance for Boldness, in: The Times, 15.09.1954, S. 9.

New Barbican Scheme. Corporation Committee Discuss Proposal, in: The Times, 16.09.1954, S. 3.

New Barbican Scheme. Further Discussions by Common Council Likely, in: The Times, 17.09.1954, S. 8.

City Corporation's Attitude, in: The Times, 24.09.1954, S. 4.

New Barbican, in: Architects' Journal 120 (1954), 14.10.1954, S. 457-466.

Outline Proposals for New Barbican, in: The Architect and Building News 206 (1954), 14.10.1954, S.448-435.

New Barbican Project for the City of London, in: The Builder 29 (1954), 15.10.1954 S. 622.

Uit andermans en eigen koker. Stedebouw op meervoudig niveau, in: Bouw 9 (1954), 18.10.1954, S. 1028–1030.

New Barbican, in: Architectural Review 116 (1954/12), S. 403-404.

Barbican Scheme Progressing, in: The Times, 03.12.1954, S. 5.

Difficulties of New Barbican Scheme, in: The Times, 03.12.1954, S. 10.

Cliff, John: New Barbican (Leserbrief), in: The Times, 07.01.1955, S. 9.

The New Barbican Plan. Architects Undismayed by City's Rejection, in: Manchester Guardian, 21.02.1955, S. 4.

New Barbican Project to Continue, in: The Times, 11.03.1955, S. 6.

Barry, Gerald: New Barbican (Leserbrief), in: The Times, 12.03.1955, S. 7.

Three Proposals for the Barbican Site, City of London, in: Architects' Journal 121 (1955/Apr), S. 458-460, 466-468.

Barbican Stakes, in: Architects' Journal 121 (1955), 07.04.1955, S. 458-460.

Our London Correspondence. Three Plans for the Barbican, in: Manchester Guardian, 14.04.1955, S. 6.

Committee Member on Zoning „Paneca“, in: The Times, 03.05.1955, S. 6.

City Verdict On New Barbican Scheme Next Month, in: The Times, 28.06.1955, S. 12.

Kadleigh, Sergei: New Barbican (Leserbrief), in: The Times, 04.07.1955, S. 11.

Our London Correspondence. Congestion Worse Congested?, in: Manchester Guardian, 24.09.1955, S. 6.

Barbican Committee to Approach Minister, in: The Times, 30.09.1955, S. 8.

Glenny, Charles F.: New Barbican (Leserbrief), in: The Times, 01.11.1955, S. 9.

A Londoner's Retrospect, in: The Manchester Guardian, 31.12.1955, S. 3.

Final Phase of the War of the Barbican, in: Manchester Guardian, 16.1.1956, S. 5.

Hearing of New Barbican Appeal Begins, in: Manchester Guardian, 18.1.1956, S. 5.

Barbican Plan „Practical“, in: The Times, 18.01.1956, S. 4.

Mr. Anstey Outlines Aims of New Barbican Committee, in: Manchester Guardian, 19.1.1956, S. 4.

Counsel's Assurance at Barbican Inquiry, in: The Times, 19.01.1956, S. 4.

„A 20th-Century Forum“, in: Manchester Guardian, 20.1.1956, S. 7.

New Barbican as „Paradise Lost“. Attack by Professor Richardson, in: The Times, 20.01.1956, S. 4.

P.R.A.'s Attack on Barbican Scheme Deplored, in: Manchester Guardian, 21.1.1956, S. 4.

Prof. Richardson Challenged, in: The Times, 21.01.1956, S. 3.

New Barbican, in: The Observer, 22.01.1956, S. 6.

Barbican Argument Shifts to Question of Density, in: Manchester Guardian, 24.1.1956, S. 5.

Prof. Richardson's Attack „Unfair“, in: The Times, 24.01.1956, S. 5.

Official Scheme for Barbican, in: The Times, 24.02.1956, S. 10, 14.

City's Alternative Plan for the Barbican Area, in: Manchester Guardian, 25.1.1956, S. 4.

Multi-Storey Car Parks in City, in: The Times, 25.01.1956, S. 5.

St. Paul's Threatened by New Barbican Scheme?, in: Manchester Guardian, 26.1.1956, S. 4.

Barbican as „Risk to St. Paul's“, in: The Times, 26.01.1956, S. 4.

New Barbican, in: Manchester Guardian, 28.1.1956, S. 6.

Purchase Notice for Barbican Area Sites, in: The Times, 01.02.1956, S. 11.

What London May Look Like, in: The Globe and Mail, 01.02.1956, S. 3.

The New Barbican Appeal. The City Corporation's Case, in: The Builder 31 (1956), 03.02.1956, S. 194.

More About the Barbican Scheme, in: Architects' Journal 122 (1956), 07.04.1956, S. 354.

Yet Another Barbican Plan, in: The Manchester Guardian, 26.05.1956, S. 3.

Barbican Flats Project, in: The Times, 26.05.1956, S. 4.

Barbican redevelopment. A residential scheme for the City of London, in: *The Builder* 31 (01.06.1956), S. 623–624.

City of London: Barbican Redevelopment residential scheme, in: *Surveyor*, 02.06.1956, S. 371–372.

High Density Housing for the Barbican Area of the City of London, in: *Architects' Journal* 123 (07.06.1956), S. 632–636.

Barbican Redevelopment, in: *Architect & Building News* 209 (07.06.1956), S. 620–623.

New Barbican Plan Rejected - „Not without Regret“, in: *The Manchester Guardian*, 30.08.1956, S. 3.

Barbican Plan Rejected, in: *The Times*, 30.08.1956, S. 5.

Anstey, Bryan: Rebuilding the City (Leserbrief), in: *The Times*, 06.09.1956, S. 4.

New Barbican, in: *The Times*, 21.12.1956, S. 7.

A Londoner's Retrospect. Looking Back on a Year of Crisis and Controversy, in: *The Manchester Guardian*, 31.12.1956, S. 3.

Zeitungs- und Zeitschriftenbeiträge zur Boston City Hall (chronologisch)

Competition for New City Hall Design, in: *Boston Traveler*, 31.08.1960, S. 26.

Competition Seen for New City Hall, in: *Boston Herald*, 18.11.1960, HNEA/AR014.

Battle for Boston, in: *The Economist*, 11.03.1961, S. 952.

U.S. Contest for City Hall, in: *Boston Herald*, 01.04.1961, S. 1.

Leaders Hail Competition to Pick Architect, in: *Boston Globe*, 04.04.1961, HNEA/AR014.

City Hall Plan Prize \$10,000 Top, in: *Boston Traveler*, 04.04.1961, HNEA/AR014.

Nationwide Prize Contest, in: *Boston Herald*, 04.04.1961, S. 13.

Hub Mulls City Hall Design, in: *Christian Science Monitor*, 28.04.1962, HNEA/AR014.

What Will New City Hall Look Like? We'll Know Thursday When Contest Ends, in: *Boston Globe*, 29.04.1962, HNE/AR014.

„Why, We Guard Millions‘. Calm Art Museum Thrown into Tizzy, in: *Boston Herald*, 01.05.1962, S. 1, 18.

Seven Men Alone in a Room Have Designs on City Hall, in: *Boston Herald*, 02.05.1962, HNEA/AR014.

Moment of Truth for Boston, in: *Boston Herald*, 03.05.1962, HNEA/AR014.

Future Boston Looms Closer, in: *Christian Science Monitor*, 03.05.1962, HNEA/AR014.

City Hall Design Held Exmple for Nation, in: *Boston Globe*, 04.05.1962, HNEA/AR014.

Design Picked for City Hall, in: *Monitor*, 04.05.1962, S. 1.

And Here's New City Hall, Apt to Stir Controversy, in: *Boston Globe*, 04.05.1962, S. 1, 7.

City Hall Row Divides Hub, in: *Boston Traveler*, 04.05.1962, HNEA/AR014.

The City Hall Debate: Monument or Gas Station?, in: *Boston Traveler*, 04.05.1962, S. 1.

New City Hall: Original or Too Oriental, in: *Globe*, 05.05.1962, HNEA/AR014.

The City Hall Look, in: *Boston Herald*, 05.05.1962, HNEA/AR014.

City Hall Design I Talk of Town, in: *Boston Herald*, 05.05.1962, HNEA/AR014.

City Hall Debate, in: *Globe*, 05.05.1962, HNEA/AR014.

Boston City Hall Design, in: *Christian Science Monitor*, 07.05.1962, HNEA/AR014.

We Rise to Protest, in: *Boston Herald*, 08.05.1962, HNEA/AR014.

Leserbrief von Robert Viano, in: *Boston Herald*, 09.05.1962, HNEA/AR014.

It Will Grow on You, 3 Architects Predict, in: *Boston Globe*, 10.05.1962, HNEA/AR014.

Leserbrief von Daniel Brown, in: Boston Herald, 27.05.1962, HNEA/AR014.
 Winning Design for Boston's City Hall, in: Architectural Forum 116 (1962/Jun), S. 5–7.
 A Pagoda for Boston's New City Hall?, in: New York Herald Tribune, 05.06.1962, HNEA/AR014.
 Leserbrief von Edward P. Haladay, in: Boston Herald, 21.06.1962.
 Boston City Hall Competition, in: The Architect and Building News 132 (1962/Jul), S. 127–128.
 La Tourette Comes to Boston. Boston City Hall, in: Architects' Journal 136 (1962/Jul), S. 2, 11.
 New Yorkers Win Boston Competition, in: Progressive Architecture 43 (1962/7), S. 65.
 Three Columbia Faculty Members Win Boston City Hall Competition, in: Architectural Record 132 (1962/7), S. 14–15.
 Controversial Boston City Hall Designs Shown in Dual AIA Exhibits, in: Washington Post, 22.07.1962, S. G4.
 McQuade, Walter: Toughness Before Gentility Wins in Boston, in: Architectural Forum 117 (1962/Aug), S. 96–101.
 A City Hall for Boston, in: Architectural Review 132 (1962/Sep), S. 152.
 Boston City Hall, in: Casabella Continuità 271 (1963/Jan), S. 17–27.
 Projet pour L'Hotel de Ville de Boston, États-Unis, in: Architecture d'Aujourd'hui 33 (1963/Feb-Mär), S. 54–59.
 Crimp, Frank W.: The Competition for the Boston City Hall, in: AIA Journal 39 (1963/3), S. 47.
 Collins, Peter: The New Boston City Hall, in: Progressive Architecture 44 (1963/Apr), S. 132–153.
 A Great Plaza for Boston's Government Center, in: Architectural Record 135 (1964/3), S. 192–200.
 Gerhard Kallmann Shows the New Boston City Hall, in: Architectural Association Journal 79 (1964/Mai), S. 313–316.
 The New City Hall at Boston. A Portfolio of Sketches and Drawings, in: Perspecta 9/10 (1965), S. 265–280.
 Fulfillment in Boston, in: Architectural Forum 127 (1967/Dez), S. 44–45.
 Bold Bastion, in: Time, 29.12.1967, S. 36.
 Boston's City Hall, in: Bay State Architect 26 (1969/Jan), S. 28–32.
 McQuade, Walter: Bostons neues Rathaus, in: Bauwelt 60 (1969/1), S. 18–19.
 After the Boston City Hall, in: Architectural Forum 130 (1969/Jan-Feb), S. 54–57.
 Moholy-Nagy, Sibyl: Boston's City Hall, in: Architectural Forum 130 (1969/Jan-Feb), S. 38–53.
 The New Boston City Hall, in: Architectural Record 145 (1969/2), S. 133–144.
 Merry, George B.: Furnishing Stall Hub Council, in: The Christian Science Monitor, 04.02.1969, S. 3.
 Jordan, Robert: Week-long Party for New Boston's New City Hall, in: Boston Globe, 08.02.1969, S. 16.
 Huxtable, Ada Louise: Boston's New City Hall: A Public Building of Quality, in: New York Times, 08.02.1969, S. 33.
 Jewel of the New Boston, in: Boston Globe, 10.02.1969, S. 8.
 Opening Night, in: The Christian Science Monitor, 10.02.1969, S. 2.
 Snow or No Snow, It's City Hall Day, in: Boston Globe, 11.02.1969, S. 1.
 A New City Hall: Boston's Boost for Urban Renewal, in: The Wall Street Journal, 12.02.1969, S. 14.
 It's Youth Day at City Hall, in: Boston Globe, 12.02.1969, S. 56.
 Christening of City Hall Really a Bubbly Affair!, in: Record American, 18.02.1969, S. 121.
 A Sticky Situation at New City Hall, in: Boston Herald, 20.02.1969, HNEA/AR014.

Boston's New City Hall Keeps Winter Put With Taped Doors, in: Boston Herald, 21.02.1969, S.4.
 Architecture. An Airy Fortress, in: Time, 21.02.1969, S. 60.
 Snow Solution?, in Record American, 25.02.1969, HNE/AR014.
 Architectural Monstrosity, in: Manchester Union Leader, 01.03.1969, HNE/AR014.
 Blake, Andrew: Council Looses 2 \$743 Chairs, in: Boston Globe, 25.03.1969, S. 7.
 Councilors Are Uneasy On \$743 Thrones, in: Boston Herald, 25.03.1969, HNE/AR014.
 O'Neill, Gerald M.: Pious Protests Substitute for Action, in: Boston Globe, 29.03.1969, S. A5.
 Blake, Andrew: Those \$743 Chairs, in: Boston Globe, 30.03.1969, S. 1.
 Boston's New City Hall, in: Concrete Products 72 (1969/Jun), S. 37–39.
 The 1969 Honor Awards, in: AIA Journal 51 (1969/Jun), S. 95-111.
 The New Boston City Hall, in: Japan Architect 44 (1969/Sep), S. 95–104.
 City Hall Boston, in: Baumeister 66 (1969/9), S. 1189.
 What It Took to Bring About the Best Public Building of Our Time, in: Interiors 128 (1969/9), S. 115–133.
 Boston's Open Center, in: Architectural Forum 132 (1970/Jun), S. 24-31.
 Fitch, James M.: City Hall, Boston, in: Architectural Review 147 (1970/Jun), S. 398–411.
 Perfect for Boston's City Hall Plaza, in: Contract Interiors 130 (1971/7), S. 96–101.
 Campbell, Robert: Marrying Modern Design to a Public Art, in: Boston Globe, 22.04.1973; S. 78A.

Literaturverzeichnis

- Abbott, Andrew D.: The System of Professions. An Essay on the Division of Expert Labor, Chicago 1988.
- Ackerman, James S.: On the Origins of Architectural Photography, in: Kester Rattenbury (Hg.): This Is Not Architecture. Media Constructions, New York 2002, S. 26–36.
- Adams, Willi P.: Die USA im 20. Jahrhundert, München 2012.
- Addis, Bill /Bussell, Michael: Key Developments in the History of Concrete Construction and the Implications for Remediation and Repair, in: Susan Macdonald (Hg.): Concrete. Building Pathology, Oxford 2003, S. 15–105.
- Adolf, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft, Bielefeld 2006.
- Banham, Reyner: Megastructure. Urban Futures of the Recent Past, London 1976.
- Barbican Tops Ugly Buildings Poll, BBC News, 22.09.2006, http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/england/london/3126946.stm [Zugriff: 06.01.2018].
- Barkhofen, Eva-Maria: Disegno. Der Architekt und die Zeichnung, in: Tchoban, Sergei /Barkhofen, Eva-Maria (Hgg.): Architekturwelten, Berlin 2010.
- Bayles, Michael D.: Professional Ethics, Belmont 1981.
- Beanland, Christopher: Concrete Concept. Brutalist Buildings Around the World, London 2016.
- Becker, Heidede: Geschichte der Architektur- und Städtebauwettbewerbe, Stuttgart 1992.
- Ben-David, Joseph: Professions in the Class System of Present-Day Societies, in: Current Sociology 12 (1964/3), S. 247–298.
- Berlant, Jeffrey Lionel: Profession and Monopoly. A Study of Medicine in the United States and Great Britain, Berkeley/Los Angeles/London 1975.
- Beyer, Andreas /Burioni, Matteo /Grave, Johannes (Hgg.): Das Auge der Architektur. Zur Frage der Bildlichkeit in der Baukunst, Paderborn 2011.
- Beyer, Susanne: Hochstapler. Römische Ruinen, in: Spiegel, 02.07.2012, S. 121-123.
- Bickford, Adam: Professional Architecture and Professional Failure. Structure and Rhetoric in the AIA's First Century, Chicago 1995; Saylor, Henry H.: The A.I.A.'s First Hundred Years, Washington 1957.
- Binding, Günther: Meister der Baukunst. Geschichte des Architekten- und Ingenieurberufes, Darmstadt 2004.
- Birch, Eugénie L.: Downtown in the 'New American City', in: The Annals of the American Academy of Political and Social Science 626 (2009), S. 134–153.
- Blau, Eve /Kaufman, Edward /Evans, Robin (Hgg.): Architecture and Its Image. Four Centuries of Architectural Representation 1989.
- Blau, Judith R.: Architects and Firms. A Sociological Perspective on Architectural Practice, Cambridge 1984.
- Blum, Andrew: New Oslo Opera House Is Really a Stealth Skate Park, 11.24.08, http://archive.wired.com/culture/design/magazine/16-12/pl_design [Zugriff: 22.09.2015].
- Bodenschatz, Harald: Die 'postmoderne' Architektur baut an ihrem Mythos. Zur Diskussion über die erste Architektur-Biennale in Venedig 1980, in: Arch+ 54 (1980), S. 4–5.
- Bösch, Frank: Mediengeschichte, Frankfurt am Main 2011.

- Böttcher, Johannes: Der Leserbrief in der Presse der Bundesrepublik Deutschland, Nürnberg 1961.
- Bolenz, Eckhard: Vom Baubeamten zum freiberuflichen Architekten. Technische Berufe im Bauwesen, Frankfurt am Main 1991.
- Bonaker, Kathrin: Beton. Ein Baustoff wird Schlagwort. Geschichte eines Imagewandels von 1945 bis heute, Marburg 1996.
- Bouvier, Béatrice /Leniaud, Jean-Michel: Les périodiques d'architecture, XVIIIe-XXe siècle, Paris 2001.
- Boyle, Bernard: Architectural Practice in America 1865-1965. Ideal and Reality, in: Kostof, Spiro (Hg.): The Architect. Chapters in the History of the Profession, New York 1977, S. 309–344.
- Brake, Klaus /Scheffler, Ernst Ulrich (Hgg.): Traumberuf: Architekt. Werkstattberichte aus Beruf und Ausbildung, Hamburg 1978.
- Brint, Steven G.: In an Age of Experts. The Changing Role of Professionals in Politics and Public Life, Princeton 1996.
- Broekman, Ralf /Winkler, Olaf: Values Transcending Time, in: Build (2010/4), S. 40–47.
- Broekman, Ralf /Winkler, Olaf: Taking a Position, in: Build (2011/5), S. 45–50.
- Brüggemeier, Franz-Josef: Geschichte Großbritanniens im 20. Jahrhundert, München 2010.
- Buchanan, Robert: The Engineers. A History of the Engineering Profession in Britain, 1750-1914, London 1989.
- Built to Skate – Melding Street Skating With Skate Park Design and Architecture, 25.11.2008, <http://www.skate-the-planet.com/articles/builtToSkate.html> [Zugriff: 22.09.2015].
- Bullock, Nicholas: Building the Post-War World. Modern Architecture and Reconstruction in Britain, London, 2002.
- Burrage, Michael /Torstendahl, Rolf (Hgg.): The Professions in Theory and History. Rethinking the Study of the Professions, London/Newbury Park 1990.
- Burrage, Michael: Unternehmer, Beamte und freie Berufe. Schlüsselgruppen der bürgerlichen Mittelschichten in England, Frankreich und den Vereinigten Staaten, in: Siegrist, Hannes (Hg.): Bürgerliche Berufe. Zur Sozialgeschichte der freien und akademischen Berufe im internationalen Vergleich, Göttingen 1988, (=Kritische Studien zur Geschichtswissenschaft 80), S. 52–82.
- Calder, Barnabas: Raw Concrete. The Beauty of Brutalism, London 2016; Grindrod, John /Chadwick, Peter: Brutal London. Construct Your Own Concrete Capital, Munich/London/New York 2016.
- Callebat, Louis: Histoire de l'architecte, Paris 1998.
- Carr-Saunders, Alexan /Wilson, Paul: The Professions, Oxford 1933.
- Casutt, Marcus: Die Anfänge des Architekturwettbewerbs in der Schweiz: der SIA und die Rolle der ersten Musterwettbewerbe, in: Schweizer Ingenieur und Architekt 117 (1999/23), S. 500–504.
- Chappell, David /Willis, Christopher /Willis, Arthur.: The Architect in Practice, Oxford/Boston 1992.
- Clark, Vincent: A Struggle for Existence: The Professionalization of German Architects, in: Cocks, Geoffrey /Jarausch, Konrad (Hgg.): German Professions, 1800-1950, New York 1990, S. 143–160.
- Cohen, Lizbeth: Buying into Downtown Revival: The Centrality of Retail to Postwar Urban Renewal in American Cities, in: The Annals of the American Academy of Political and Social Science 611 (2007), S. 82–95.

- Collins, Randall: Changing Conceptions in the Sociology of the Professions, in: Burrage, Michael /Torstendahl, Rolf (Hgg.): The Professions in Theory and History. Rethinking the Study of the Professions, London/Newbury Park 1990, S. 11–23.
- Colomina, Beatriz /Buckley, Craig /Grau, Urtzi: Clip, Stamp, Fold. The Radical Architecture of Little Magazines, 196X to 197X, Barcelona/New York 2010.
- Colomina, Beatriz: Privacy and Publicity. Modern Architecture as Mass Media, Cambridge 1994.
- Colomina, Beatriz /Ockman, Joan (Hgg.): Architectu-Re-Production, New York 1988.
- Colomina, Beatriz: Introduction. On Architecture, Production and Reproduction, in: Colomina, Beatriz /Ockman, Joan (Hgg.): Architectu-Re-Production, New York 1988a, S. 6–23.
- Colomina, Beatriz: On Adolf Loos and Josef Hoffmann. Architecture In the Age of Mechanical Reproduction, in: Max Risselda (Hg.): Raumplan versus Plan Libre. Adolf Loos and Le Corbusier 1919-1930, New York 1988b, S. 65–77.
- Cramer, Janet: Media - History - Society. A Cultural History of U.S. Media, Malden 2009.
- Cranfield, Geoffrey Alan: The Press and Society, New York 1978.
- Crinson, Mark /Lubbock, Jules: Architecture. Art or Profession? Three Hundred Years of Architectural Education in Britain, Manchester/New York 1994.
- Croft, Catherine: Concrete Architecture, London 2004.
- Cuff, Dana: Architecture. The Story of Practice, Cambridge 1991.
- Curran, James /Seaton, Jean: Power Without Responsibility, London/New York 1985.
- Danner, Dietmar: Spiegelungen der Postmoderne. Eine Untersuchung über das Verhältnis von Medien und Architektur, Stuttgart 1992.
- Doering-Manteuffel, Anselm /Raphael, Lutz: Nach dem Boom. Perspektiven auf die Zeitgeschichte seit 1970, Göttingen 2012.
- Domhardt, Konstanze: The Heart of the City. Die Stadt in den transatlantischen Debatten der CIAM 1933-1951, Zürich 2012.
- Draper, Joan: The Ecole des Beaux-Arts and the Architectural Profession in the United States: The Case of John Galen Howard, in: Kostof, Spiro (Hg.): The Architect. Chapters in the History of the Profession, New York 1977, S. 209–237.
- Drummond, Alanya: Architects on the Cover of Time Magazine, in: The International Journal of the Image 2 (2012/1), S. 83–97.
- Düesberg, Christoph: Megastrukturen: Architekturutopien zwischen 1955 und 1975, Berlin 2013.
- Durkheim, Émile: Professional Ethics and Civic Morals, London 1957 [1922].
- Durth, Werner: Baukultur. Spiegel gesellschaftlichen Wandels, Berlin 2009.
- Eisinger, Angelus: Die Stadt, der Architekt und der Städtebau. Einige Überlegungen zum Einfluss der Architekten und Architektinnen auf die Stadtentwicklung in der Schweiz in den letzten 50 Jahren, Zürich 1999.
- Ellin, Nan: Postmodern Urbanism, Cambridge 1996.
- Elliot, Cecil D.: The American Architect from the Colonial Era to the Present, Jefferson 2003.
- Els, Theresa /Zehner, Klaus: Londons Stadtplanung und Stadtpolitik im Wandel. Vom Metropolitan Board of Works zur Greater London Authority, in: Forum Stadt 42 (2015), Nr. 3, S. 195–214.
- Elser, Oliver (Hrg.): SOS Brutalism: Eine internationale Bestandsaufnahme, Zürich 2017.

- Elwall, Robert: *Building With Light. The International History of Architectural Photography*, London 2004.
- Engelberg, Meinrad von: Weder Handwerker noch Ingenieur. Architektenwissen der Neuzeit, in: Dülmen, Richard /Rauschenbach, Sina (Hgg.): *Macht des Wissens. Die Entstehung der modernen Wissensgesellschaft*, Köln 2004, S. 241–272.
- Ettlinger, Leopold D.: The Emergence of the Italian Architect During the Fifteenth Century, in: Kostof, Spiro (Hg.): *The Architect. Chapters in the History of the Profession*, New York 1977, S. 96–123.
- Ewen, Stuart: *PR! A Social History of Spin*, New York 1996.
- Faulstich, Werner: *Mediengeschichte von 1700 bis ins 3. Jahrtausend*, Göttingen 2006.
- Faulstich, Werner: *Die bürgerliche Mediengesellschaft, 1700–1830*, Göttingen 2002.
- Faulstich, Werner: *Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit*, München 2000.
- Feldhusen, Gernot: *Zur Situation der freiberuflichen Architekten und ihrer Berufsorganisation*, Kassel 1975.
- Flinn, Catherine: *Rebuilding Britain's Blitzed Cities. Hopeful Dreams, Stark Realities*, London/ New York 2019.
- Forty, Adrian: *Words and Buildings. A Vocabulary of Modern Architecture*, London 2013.
- Freidson, Eliot: *Professional Dominance*, Chicago 1970.
- Frieden, Bernard J. /Sagalyn, Lynne B.: *Downtown, Inc. How America Rebuilds Cities*, Cambridge/London 1989.
- Froschauer, Eva M.: „An die Leser!“. Baukunst darstellen und vermitteln: Berliner Architekturzeitschriften um 1900, Tübingen 2009.
- Froschauer, Eva M.: Architekturzeitschrift. Enzyklopädisches, spezielles, selektives und manifestierendes Wissen, oder: Architektur als vermittelte Mitteilung, in: Sonne, Wolfgang (Hg.): *Die Medien der Architektur*, München 2011, S. 275–301.
- Gans, Herbert: *The Urban Villagers: Group and Class in the Life of Italian-Americans*, New York 1962.
- Garms, Jörg: *Architekturcapriccio. Affirmatives und subversives Architekturstück in der frühen Neuzeit*, in: Wolfgang Sonne (Hg.): *Die Medien der Architektur*, München 2011, S. 33–62.
- Garside, Patricia L.: The Significance of Post-War London Reconstruction Plans for East End Industry, in: *Planning Perspectives* 12 (1997/1), S. 19–36.
- Gatley, Julia /King, Stuart (Hgg.): *Brutalism Resurgent*, London/New York 2017.
- Geison, Gerald L. (Hg.): *Professions and Professional Ideologies in America*, Chapel Hill 1983.
- Gelernter, Mark: *A History of American Architecture. Buildings in their Cultural and Technological Context*, Hanover 1999.
- Gestrich, Andreas: Jürgen Habermas Konzept der bürgerlichen Öffentlichkeit: Bedeutung und Kritik aus historischer Perspektive, in: Zimmermann, Clemens (Hg.): *Politischer Journalismus, Öffentlichkeiten und Medien im 19. und 20. Jahrhundert*, Ostfildern 2006, S. 25–39.
- Gieseke, Michael: *Sinnenwandel, Sprachwandel, Kulturwandel: Studien zur Vorgeschichte der Informationsgesellschaft*, Frankfurt am Main 1992.
- Gidney, Robert /Millar, Winnifred: *Professional Gentlemen. The Professions in Nineteenth-Century Ontario*, Toronto/Buffalo 1994.
- Günther, Hubertus: Der Architekt in der Renaissance, in: Nerdinger, Winfried (Hg.): *Der Architekt. Geschichte und Gegenwart eines Berufsstandes*, München 2013, S. 81–104.
- Gutman, Robert: *Architectural Practice. A Critical View*, New York 1988.

- Gutman, Robert: The Architect's Handbook of Professional Practice, in: Journal of Architectural Education 45 (1992/2), S. 122-124.
- Gold, John R.: The MARS Plans for London 1933-1942: Plurality and Experimentation in the City Plans of the Early British Modern Movement, in: The Town Planning Review 66 (1995/3), S. 243-267.
- Goldman, Alan H.: The Moral Foundations of Professional Ethics, Totowa 1980.
- Grazia, Victoria de: Das unwiderstehliche Imperium. Amerikas Siegeszug im Europa des 20. Jahrhunderts, Stuttgart 2010.
- Hall, Chris: Obituary. Malcolm MacEwen, in: The Observer, 17.05.1996, <http://www.independent.co.uk/news/obituaries/obituary-malcolm-macewen-1347769.html>, [Zugriff: 10.04.2015].
- Hall, Peter: Cities of Tomorrow. An Intellectual History of Urban Planning and Design Since 1880, Malden 2002.
- Harnack, Maren: Rückkehr der Wohnmaschinen. Sozialer Wohnungsbau und Gentrifizierung in London, Bielefeld 2012.
- Harries, Karsten /Wines, James: Architecture and the Crisis of Communication, in: Via 4 (1980), S. 26–37.
- Harrison, Brian: Seeking a Role. The United Kingdom 1951–1970, Oxford 2009, S. 156.
- Heathcote, Edwin: Foreword, in: Iloniemi, Laura: Is It All About Image?, Chichester 2004.
- Harwood, Elain: Chamberlin, Powell and Bon. The Barbican and Beyond, London 2011.
- Hill, Jonathan: The Illegal Architect, London 1998.
- Heathcote, David: Barbican. Penthouse Over the City, Chichester 2004.
- Hebbert, Michael: London. More by Fortune than Design, Chichester 2001.
- Heideking, Jürgen /Mauch, Christof: Geschichte der USA, Tübingen 2008.
- Highmore, Ben: The Art of Brutalism. Rescuing Hope from Catastrophe in 1950s Britain, New Haven/London 2017.
- Hogben, Paul /Fung, Stanislaus: Reading Australian Architectural Journals as Historical Sources, in: Architectural Theory Review 2 (1996/1), S. 15–29.
- Horkheimer, Max /Adorno, Theodor: Dialektik der Aufklärung, Amsterdam 1947.
- Houllard, Gérard: Utopische und visionäre Architektur der 1960er Jahre. Ungebaute Entwürfe einer technologischen Avantgarde, Saarbrücken 2011.
- Hubert, Hans W.: Überlegungen zu Materialität und Medialität von Architekturzeitschriften, in: Melters, Monika /Wagner, Christoph (Hgg.): Die Quadratur des Raumes. Bildmedien der Architektur in Neuzeit und Moderne, Berlin 2017, S. 44–61.
- Hughes, Thomas: The Evolution of Large Technological Systems, in: Hughes, Thomas P. /Bijker, Wiebe /Pinch, Trevor: The Social Construction of Technological Systems. New Directions in the Sociology and History of Technology, Cambridge 1987, S. 51–82.
- Hughes, Thomas P.: Networks of Power. Electrification in Western Society, 1880-1930, Baltimore 1983.
- Hultsch, Anne /Mejía Moreno, Catalina: Introduction. Building Word Image. A New Arena for Architectural History, in: Architectural Histories 4 (2016), S. 1-6.
- Iloniemi, Laura: Is It All About Image?, Chichester 2004
- Jackson, John A.: Professions and Professionalization, London 1971.
- Jacobs, Jane: The Death and Life of Great American Cities, New York 1961.

- Jencks, Charles: *The Language of Post-Modern Architecture*, New York 1978.
- Jenner, Judith: Ein Haus wie ein Tanz, in: *H.o.m.e.* (2010/2), S. 120–130.
- Joedicke, Jürgen: *Moderne Architektur: Strömungen und Tendenzen*, Stuttgart 1969.
- Johansson, J. K. /Merrill, Mary L. /Wilson, Ricci: Professionals and Advertising, in: *Current Issues and Research in Advertising* 2 (1979/1), S. 93–113.
- Johnston, George B.: *Drafting Culture. A Social History of Architectural Graphic Standards*, Cambridge 2008.
- Johnson, Terence J.: *Professions and Power*, London 1972.
- Jones, Paul: *The Sociology of Architecture. Constructing Identities*, Liverpool 2011.
- Kaelble, Hartmut (Hg.): *The European Way. European Societies During the Nineteenth and Twentieth Centuries*, New York 2004.
- Kaminer, Tahl: *Architecture, Crisis and Resuscitation*, London 2011.
- Kaye, Barrington: *The Development of the Architectural Profession in Britain. A Sociological Study*, London 1960, S. 144-156.
- Keiller, Patrick: *Architectural Cinematography*, in: Kester Rattenbury (Hg.): *This Is Not Architecture. Media Constructions*, New York 2002, S. 37–44.
- Klotz, Heinrich: *Moderne und Postmoderne*, Braunschweig/Wiesbaden 1984.
- Kocka, Jürgen: ‚Bürgertum‘ and Professions in the Nineteenth Century: Two Alternative Approaches, in: Burrage, Michael /Torstendahl, Rolf (Hgg.): *The Professions in Theory and History. Rethinking the Study of the Professions*, London/Newbury Park 1990, S. 62–74.
- König, Wolfgang: *Künstler und Strichezieher. Konstruktions- und Technikkulturen im deutschen, britischen, amerikanischen und französischen Maschinenbau zwischen 1850 und 1930*, Frankfurt am Main 1999.
- Kostof, Spiro (Hg.): *The Architect. Chapters in the History of the Profession*, New York 1977.
- Kretschmer, Winfried: *Geschichte der Weltausstellungen*, Frankfurt am Main 1999.
- Krüger, Karl-Heinz: Der Mensch ist Nebensache, in: *Der Spiegel* 35 (1981/19), S. 220–244.
- Kruh, David: *Scollay Square*, Charlston 2004.
- Laird, Pamela W.: *Advertising Progress. American Business and the Rise of Consumer Marketing*, Baltimore 2001.
- Larson, Magali S.: Architectural Competitions as Discursive Events, in: *Theory and Society* 23 (1994/4), S. 469–504.
- Larson, Magali S. /Leon, George /Bollik, Jay: The Professional Supply of Design: a Descriptive Study of Architectural Firms, in: Blau, Judith R. /La Gory, Mark /Pipkin, John (Hgg.): *Professionals and Urban Form*, Albany 1983, S. 251–279.
- Larson, Magali S.: *The Rise of Professionalism. Monopolies of Competence and Sheltered Markets*, New Brunswick 1977.
- Larson, Magali S.: *Behind the Postmodern Facade*, Berkeley 1993.
- Lears, Jackson: *Fables of Abundance. A Cultural History of Advertising in America*, New York 1994.
- Lee, Antoinette J.: *Architects to the Nation. The Rise and Decline of the Supervising Architect’s Office*, New York 2000.
- Lenger, Friedrich: *Metropolen der Moderne. Eine europäische Stadtgeschichte seit 1850*, München 2014.

- L'Etang, Jacqueline Y.: *The Professionalisation of British Public Relations in the Twentieth Century: A History*, Stirling 2001.
- Lewis, Roy /Maude, Angus: *Professional People*, London 1952.
- Lichtenstein, Susanne R.: *Editing Architecture. 'Architectural Record' and the Growth of Modern Architecture, 1928-1938*, Ann Arbor 1990.
- Lieberman, Jethro K.: *The Tyranny of the Experts; How Professionals are Closing the Open Society*, New York 1970.
- Lipstadt, Hélène: *The Building and the Book in Cèsar Daly's Revue Générale de l'Architecture*, in: Colomina, Beatriz /Ockman, Joan (Hgg.): *Architectu-Re-Production*, New York 1988, S. 24–55.
- Lipstadt, Hélène: *Architectural Publications, Competitions, and Exhibitions*, in: Blau, Eve /Kaufman, Edward /Evans, Robin (Hgg.): *Architecture and Its Image. Four Centuries of Architectural Representation*, Montreal/Cambridge 1989, S. 109–137.
- Lipstadt, Hélène /Bergdoll, Barry (Hgg.): *The Experimental Tradition. Essays on Competitions in Architecture*, New York 1989.
- Lipstadt, Hélène: *In the Shadow of the Tribune Tower*, in: Lipstadt, Hélène /Bergdoll, Barry (Hgg.): *The Experimental Tradition. Essays on Competitions in Architecture*, New York 1989, S. 79–94.
- Lipstadt, Hélène: *Transforming the Tradition: American Architecture Competitions, 1960 to the Present*, in: Lipstadt, Hélène /Bergdoll, Barry (Hgg.): *The Experimental Tradition. Essays on Competitions in Architecture*, New York 1989, S. 95–114.
- Lo, Ming-Cheng M.: *The Professions: Prodigal Daughters of Modernity*, in: Adams, Julia /Clemens, Elisabeth S. /Orloff, Ann S. (Hgg.): *Remaking Modernity. Politics, History, and Sociology*, Durham 2005, S. 381–406.
- Luhmann, Niklas: *Die Realität der Massenmedien*, Opladen 1996.
- Lundgreen, Peter: *Wissen und Bürgertum. Skizze eines historischen Vergleichs zwischen Preußen/Deutschland, Frankreich, England und den USA, 18.-20. Jahrhundert*, in: Siegrist, Hannes (Hg.): *Bürgerliche Berufe. Zur Sozialgeschichte der freien und akademischen Berufe im internationalen Vergleich*, Göttingen 1988, (=Kritische Studien zur Geschichtswissenschaft 80), S. 106–124.
- Lynch, Kevin: *Image of the City*, Boston 1960.
- Mace, Angela: *The Royal Institute of British Architects. A Guide to Its Archive and History*, London/New York 1986.
- MacEwen, Malcolm: *Crisis in Architecture*, London 1974.
- Marshall, Thomas H.: *The Recent History of Professionalism in Relation to Social Structure and Social Policy*, in: *Canadian Journal of Political Science* 5 (1939/3), S. 325–340.
- Mason, Edward: *Boston City Hall Named World's Ugliest Building*, in: *Boston Herald*, 15.11.2008, http://www.bostonherald.com/entertainment/arts_culture/2008/11/boston_city_hall_named_world%E2%80%99s_ugliest_building [Zugriff: 06.01.2018].
- Meier, Hans-Rudolph: *Annäherung an das Stadtbild*, in: Beyer, Andreas /Burioni, Matteo /Grave, Johannes (Hgg.): *Das Auge der Architektur. Zur Frage der Bildlichkeit in der Baukunst*, Paderborn 2011, S. 93–113.

- Meissner, Irene: Materialisierung der Ideen. Die Werkzeuge des Architekten, in: Nerdinger, Winfried (Hg.): Der Architekt. Geschichte und Gegenwart eines Berufsstandes, München 2013, S. 475–500.
- Melters, Monika /Wagner, Christoph (Hgg.): Die Quadratur des Raumes. Bildmedien der Architektur in Neuzeit und Moderne, Berlin 2017.
- Merten, Klaus /Westerbarkey, Joachim: Public Opinion und Public Relations, in: Merten, Klaus /Schmidt, Siegfried /Weischenberg, Siegfried (Hgg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Opladen 1994, S. 188–211.
- Miller, Karen S.: U.S. Public Relations History: Knowledge and Limitations, in: Communication Yearbook 23 (2000), S. 381–420.
- Mitscherlich, Alexander: Die Unwirtlichkeit unserer Städte, Frankfurt am Main 1965.
- Mollenkopf, John H.: The Contested City, Princeton 1983.
- Monteyne, David: Boston City Hall and a History of Reception, in: Journal of Architectural Education 65 (2011/1), S. 45–62.
- Mumford, Eric P.: The CIAM Discourse on Urbanism, 1928–1960, Cambridge, 2000.
- Muthesius, Stefan: ‚Profession or Art?‘ Zur Entwicklung des Architektenberufs in Großbritannien, in: Nerdinger, Winfried (Hg.): Der Architekt. Geschichte und Gegenwart eines Berufsstandes, München 2013, S. 181–194.
- Nairn, Ian: Outrage, in: Architectural Review 117 (1955), Themenheft.
- Nasar, Jack L.: Design by Competition. Making Design Competition Work, Cambridge 1999.
- Nerdinger, Winfried (Hg.): Der Architekt. Geschichte und Gegenwart eines Berufsstandes, München 2013.
- Nevett, Terence R.: Advertising in Britain. A History, London 1982.
- Nixon, Sean: Hard Sell. Advertising, Affluence and Transatlantic Relations, circa 1951–69, Manchester 2013.
- Novotny, Fritz: Architektur ohne Politik, Stuttgart 1977.
- Ockman, Joan: Resurrecting the Avant-Garde: The History and Program of Oppositions, in: Colomina, Beatriz /Ockman, Joan (Hgg.): Architectu-Re-Production, New York 1988, S. 180–199.
- O’Connor, Thomas: Urban Renewal in Boston: Successes and Controversies, in: Chudacoff, Howard /Baldwin, Peter (Hgg.): Major Problems in American Urban and Suburban History. Documents and Essays, Boston 2005, S. 419–428.
- O’Connor, Thomas: Building a New Boston. Politics and Urban Renewal, 1950-1970, Boston 1993.
- O’Sullivan, Kevin: Concrete Expressions. Brutalism and the Government Buildings Precinct, Adelaide 2013.
- Ott, Paul /Boeckl, Matthias: Photography About Architecture. Fotografie über Architektur, Wien 2012.
- Parnell, Steve: AR’s and AD’s Post-War Editorial Policies: The Making of Modern Architecture in Britain, in: The Journal of Architecture 17 (2012/5), S. 763–775.
- Parsons, Talcott: Professions, in: Sills, David L. (Hg.): International Encyclopedia of the Social Sciences, New York u. a. 1968, S. 536–547.
- Parsons, Talcott: The Professions and Social Structure, in: Ders. (Hg.): Essays in Sociological Theory, Glencoe 1954 [1939].
- Payne, Alina: Architecture: Image, Icon or Kunst der Zerstreuung?, in: Beyer, Andreas /Burioni, Matteo /Grave, Johannes (Hgg.): Das Auge der Architektur. Zur Frage der Bildlichkeit in der Baukunst, Paderborn 2011, S. 55–91.

- Perkin, Harold J.: *The Rise of Professional Society. England Since 1880*, London/New York 1989.
- Pfammatter, Ulrich: *Die Erfindung des modernen Architekten. Ursprung und Entwicklung seiner wissenschaftlich-industriellen Ausbildung*, Basel 1997.
- Phaeno GmbH Wolfsburg: *Haus- und Betriebsordnung*, Stand: 02.10.2005, <https://www.phaeno.de/ihr-besuch/infoservice/> [Zugriff: 17.05.2018].
- Phipps, Simon: *Finding Brutalism. Eine fotografische Bestandsaufnahme britischer Nachkriegsarchitektur*, Zürich 2017.
- Polinna, Cordelia: *Towards a London Renaissance. Städtebaulicher Paradigmenwechsel in London. Projekte und Planwerke für den Umbau des Zentrums*, Berlin, 2007.
- Powell, Christopher: *The British Building Industry Since 1800. An Economic History*, London/New York 1996.
- Powers, Alan: *The Architectural Book: Image and Accidenti*, in: Rattenbury, Kester (Hg.): *This Is Not Architecture. Media Constructions*, New York 2002, S. 157–173.
- Rand, Ayn: *The Fountainhead*, New York 1943.
- Rattenbury, Kester (Hg.): *This Is Not Architecture. Media Constructions*, New York 2002 .
- Raucher, Alan R.: *Public Relations and Business 1900–1929*, Baltimore 1968.
- Reischer, Peter: *Schöner Klonen*, in: *Falter*, 09.05.2012.
- Richards, Jonathan: *Facadism*, London, New York 1994.
- Ricken, Herbert: *Der Architekt. Ein historisches Berufsbild*, Stuttgart 1990.
- Ricken, Herbert: *Der Architekt. Geschichte eines Berufs*, Berlin 1977.
- Robinson, Cervin /Herschman, Joel: *Architecture Transformed. A History of the Photography of Buildings from 1839 to the Present*, New York/Cambridge 1987.
- Rosenberg, Raphael: *Ausschreiben um Öffentlichkeit zu gewinnen. Die Entstehung des architektonischen Wettbewerbs*, in: Nerdinger, Winfried (Hg.): *Der Architekt. Geschichte und Gegenwart eines Berufsstandes*, München 2013, S. 525–536.
- Sachsse, Rolf: *Architekturfotografie. Das analoge Bild der klassischen Moderne. Zur gegenseitigen Historisierung von Fotografie und Architektur im 19. und 20. Jahrhundert*, in: Wolfgang Sonne (Hg.): *Die Medien der Architektur*, München 2011, S. 85–97.
- Sachsse, Rolf: *Photographie als Medium der Architekturinterpretation. Studien zur Geschichte der deutschen Architekturphotographie im 20. Jahrhundert*, München u.a. 2010.
- Sachsse, Rolf: *Bild und Bau. Zur Nutzung technischer Medien beim Entwerfen von Architektur*, Braunschweig/Wiesbaden 1997.
- Sadler, Simon: *The Varieties of Capitalist Experience*, in: Deamer, Peggy (Hg.): *Architecture and Capitalism. 1845 to the Present*, New York 2014, S. 115– 129.
- Salge, Christiane: *Baukunst und Wissenschaft. Architekturausbildung um 1800 am Beispiel der Berliner Bauakademie*, voraussichtlich 2019.
- Salge, Christiane: *Von der Perspektivstudie zum Architekturbild. Friedrich Gilly und die Architekturzeichnung um 1800*, in: Melters, Monika /Wagner, Christoph (Hgg.): *Die Quadratur des Raumes. Bildmedien der Architektur in Neuzeit und Moderne*, Berlin 2017, S. 130–157.

- Savage, Mike: Individuality and Class. The Rise and Fall of the Gentlemanly Social Contract in Britain, in: Zunz, Olivier /Schoppa, Leonard /Hiwatari, Nobuhiro (Hgg.): Social Contracts Under Stress. The Middle Classes of America, Europe, and Japan at the Turn of the Century, New York 2002, S. 47–65.
- Saylor, Henry H.: The A.I.A.'s First Hundred Years, Washington 1957.
- Scheuch, Ute: Rückmeldungen im Kommunikationsprozess – dargestellt an der Hörerpost des Deutschlandfunks, Köln 1988.
- Schmarsow, August: Das Wesen der architektonischen Schöpfung, Leipzig 1894.
- Schmidtke, Oliver: Architektur als professionalisierte Praxis. Soziologische Fallrekonstruktionen zur Professionalisierungsbedürftigkeit der Architektur, Frankfurt am Main 2006.
- Schnell, Dieter: Der Architekturwettbewerb – ein Kind des Liberalismus? Drei bernische Beispiele zwischen 1787 und 1834, in: Schweizer Ingenieur und Architekt 117 (1999/21), S. 461–465.
- Schott, Dieter: London and its ‚New Towns‘ and Randstad Holland: Metropolitan Planning on Both Sides of the Channel After 1945, in: Friedrich Lenger/ Klaus Tenfelde (Hg.): Die europäische Stadt im 20. Jahrhundert, Köln 2006, S. 283–306.
- Schramm, Manuel: Vermessungsingenieure in Deutschland und den USA im 20. Jahrhundert. Wege der Professionalisierung, in: Siegrist, Hannes. /Müller, Dietmar (Hgg.): Professionen, Eigentum und Staat. Europäische Entwicklungen im Vergleich. 19. - 20. Jahrhundert, Göttingen 2014, S. 169–186.
- Schröter, Eckhard: Londoner Metropolenverwaltung. Geschichte und Gegenwart, in: Ders. /Wollmann, Hellmut /Röder, Manfred (Hgg.): Moderne Verwaltung für moderne Metropolen: Berlin und London im Vergleich, Opladen 2002, S. 19–37.
- Schubert, Dirk: Stadterneuerung in London und Hamburg. Eine Stadtbaugeschichte zwischen Modernisierung und Disziplinierung, Braunschweig 1997.
- Sebestyén, Gyula: Construction. Craft to Industry, London/New York 1998.
- Serraino, Pierluigi: Framing Icons. Two Girls, Two Audiences. The Photographing of Case Study House #22, in: Kester Rattenbury (Hg.): This Is Not Architecture. Media Constructions, New York 2002, S. 127–135.
- Sert, Josep Lluís: The Human Scale in City Planning, in: Zucker, Paul (Hg.): New Architecture and City Planning, New York 1944.
- Sert, Josep Lluís: Can Our Cities Survive?, Cambridge 1942.
- Siebert, W. Stanley: Advertising and the Professions. The Economic Argument, in: International Journal of Advertising 3 (1984), S. 189–206.
- Siedler, Wolf Jobst: Die gemordete Stadt, Berlin 1964.
- Siegrist, Hannes /Müller, Dietmar (Hgg.): Professionen, Eigentum und Staat. Europäische Entwicklungen im Vergleich. 19. - 20. Jahrhundert, Göttingen 2014.
- Siegrist, Hannes: Professionelle Autonomie in der modernen Gesellschaft, Wissenschaft und Kultur, in: Ders. /Müller, Dietmar (Hgg.): Professionen, Eigentum und Staat. Europäische Entwicklungen im Vergleich. 19. - 20. Jahrhundert, Göttingen 2014.
- Siegrist, Hannes /Löhr, Isabella /Middell, Matthias (Hgg.): Kultur und Beruf in Europa, Stuttgart 2012.
- Siegrist, Hannes: The Professions in Nineteenth-Century Europe, in: Kaelble, Hartmut (Hg.): The European Way. European Societies During the Nineteenth and Twentieth Centuries, New York 2004, S. 68–88.

- Siegrist, Hannes: Professionalization as a Process: Patterns, Progression and Discontinuity, in: Burrage, Michael /Torstendahl, Rolf (Hgg.): Professions in Theory and History. Rethinking the Study of the Professions, London/Newbury Park 1990.
- Siegrist, Hannes (Hg.): Bürgerliche Berufe. Zur Sozialgeschichte der freien und akademischen Berufe im internationalen Vergleich, Göttingen 1988, (=Kritische Studien zur Geschichtswissenschaft 80).
- Sirman, Brian: Concrete Changes: Architecture, Politics, and the Design of Boston City Hall, Boston 2018.
- Smet, Catherine de: Le Corbusier, Architect of Books, Baden 2007.
- Sonne, Wolfgang: Urbanität und Dichte im Städtebau des 20. Jahrhunderts, Berlin 2014.
- Sonne, Wolfgang (Hg.): Die Medien der Architektur, München 2011.
- Späth, Manfred: Der Ingenieur als Bürger. Frankreich, Deutschland und Rußland im Vergleich, in: Siegrist, Hannes (Hg.): Bürgerliche Berufe. Zur Sozialgeschichte der freien und akademischen Berufe im internationalen Vergleich, Göttingen 1988, (=Kritische Studien zur Geschichtswissenschaft 80), S. 84–105.
- Spreiregen, Paul D.: Design Competitions, New York/London 1979a.
- Spreiregen, Paul D.: Metropolis and Beyond, Chichester 1979b.
- Spreiregen, Paul D.: On the Art of Designing Cities, Cambridge 1968.
- Spreiregen, Paul D.: The Modern Metropolis: Its Origins, Growth, Characteristics and Planning, Cambridge 1967.
- Stierli, Martino: Die ‚Er-Fahrung‘ der Stadt. Las Vegas, Film und der Blick aus dem Auto, in: Beyer, Andreas /Burioni, Matteo /Grave, Johannes (Hgg.): Das Auge der Architektur. Zur Frage der Bildlichkeit in der Baukunst, Paderborn 2011.
- Stöber, Rudolf: Kommunikations- und Medienwissenschaften. Eine Einführung, München 2008.
- Strom, Elizabeth: Rethinking the Politics of Downtown Development, in: Journal of Urban Affairs 30 (2008/1), S. 37–61.
- Strong, Judith: Winning by Design: Architectural Competitions, Boston 1996.
- Svensson, Lennart G.: Knowledge as a Professional Resource: Case Studies of Architects and Psychologists at Work, in: Burrage/Thorstendahl 1990, S. 51–70.
- Taupitz, Jochen: Die Standesordnungen der freien Berufe. Geschichtliche Entwicklung, Funktionen, Stellung im Rechtssystem, Berlin 1991.
- Tawney, Richard H.: The Acquisitive Society, London 1921.
- Tedlow, Richard S.: Keeping the Corporate Image: Public Relations and Business, 1900-1950, Greenwich 1979.
- Tsubaki, Tatsuya: ‚Model for a Short-Lived Future‘? Early Tribulations of the Barbican Redevelopment in the City of London, 1940–1982, in: Planning Perspectives 27 (2012/4), S. 525–548.
- Tunstall, Jeremy: The Media in Britain, London 1983.
- Tyrwhitt, Jaqueline /Sert, Josep Lluís /Rogers, Ernesto Rogers (Hgg.): The Heart of the City: Towards the Humanisation of Urban Life, New York 1952.
- Uffelen, Chris van: Massive, Expressive, Sculptural. Brutalism Now and Then, Salenstein 2017.
- Ursprung, Philip: Von der Rezession zur Stararchitektur und zurück. Der Architektenberuf seit den frühen 1970er Jahren, in: Nerdinger, Winfried (Hg.): Der Architekt. Geschichte und Gegenwart eines Berufsstandes, München 2013, S. 228–241.

- Vanlaethem, France /Jannière, Hélène /Sornin, Alexis: *Revue d'architecture dans les années 1960 et 1970*, Montréal 2008.
- Völkel, Michaela: *Das Bild vom Schloss. Darstellung und Selbstdarstellung deutscher Höfe in Architekturstichserien 1600-1800*, München 2001.
- Wall, Christine: *An Architecture of Parts. Architects, Building Workers and Industrialization in Britain 1940-1970*, New York 2013.
- Wasserman, Barry L. /Sullivan, Patrick /Palermo, Gregory: *Ethics and the Practice of Architecture*, New York 2000.
- Wehmeier, Stefan: *Historiography (and Theory) of Public Relations History*, in: Watson, Tom (Hg.): *Perspectives on Public Relations Historiography and Historical Theorization. Other Voices*, Basingstoke 2015, S. 85–114.
- Wende, Peter: *Großbritannien 1500-2000*, München 2001 (=Oldenbourg Grundriss der Geschichte 32).
- Whiffen, Marcus: *American Architecture Since 1780. Guide to the Styles*, Cambridge 1969.
- Whiffen, Marcus: *American Architecture 1607–1976*, London 1981.
- Whitehill, Walter /Kennedy, Lawrence: *Boston. A Topographical History*, Cambridge 2000.
- Wiesand, Andreas /Fohrbeck, Karla /Fohrbeck, Dorothea: *Beruf Architekt. Eine zusammenfassende Darstellung und Interpretation der Berufswirklichkeit und Berufsgeschichte von Architekten*, Stuttgart, Darmstadt 1984.
- Widera, Joachim: *Möglichkeiten und Grenzen volkskundlicher Interpretation von Hausinschriften*, Frankfurt am Main 1990.
- Wilke, Jürgen: *Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte*, Köln 2008.
- Wilkinson, Catherine: *The New Professionalism in the Renaissance*, in: Kostof, Spiro (Hg.): *The Architect. Chapters in the History of the Profession*, New York 1977, S. 124–160.
- Williams, Kevin: *Get Me a Murder a Day! A History of Mass Communication in Britain*, London/New York 1998.
- Williamson, Roxanne: *American Architects and the Mechanics of Fame*, Austin 1991.
- Wilton-Ely, John: *The Rise of the Professional Architect in England*, in: Kostof, Spiro (Hg.): *The Architect. Chapters in the History of the Profession*, New York 1977, S. 180–208.
- Woods, Mary N.: *From Craft to Profession. The Practice of Architecture in Nineteenth-Century America*, Los Angeles 1999.
- Young, Eleanor: *Natural Phenomenon: Phaeno Science Centre, Wolfsburg*, in: *Royal Institute of British Architects Journal* 113 (2006/1), S. 38–44, 46.
- Young, Ken: *London Government, 1920-1986: Ideal and Reality*, in: *London Journal* 126 (2001/1), S. 57–68.